



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

**Πρόγραμμα επικαιροποίησης γνώσεων αποφοίτων ΑΕΙ
“ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ”**

**1^Η ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ
ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Συγγραφική Ομάδα:

Δρ. Μιχάλης Χλέτσος, Καθηγητής Πανεπιστημίου Ιωαννίνων



ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα «Ο ρόλος της επιχείρησης στο διεθνές οικονομικό περιβάλλον» έχει ως βασικό στόχο να αναδείξει το ρόλο της επιχείρησης μέσα στο διεθνές οικονομικό περιβάλλον. Ειδικότερα επιδιώκει να δείξει πως λειτουργεί η επιχείρηση μέσα στο διεθνές οικονομικό περιβάλλον, πως λαμβάνονται οι αποφάσεις της και πως αυτές επηρεάζονται από τα δεδομένα του διεθνούς οικονομικού περιβάλλοντος. Όσο περισσότερο παγκοσμιοποιημένη είναι η οικονομία, τόσο περισσότερο συνδεδεμένες είναι οι διεθνείς επιχειρήσεις με τους υπόλοιπους οικονομικούς, πολιτικούς και κοινωνικούς παράγοντες του διεθνούς περιβάλλοντος. Το συγκεκριμένο μάθημα αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στη σχέση της επιχείρησης με το περιβάλλον. Αναλύει την έννοια της επιχειρηματικότητας και της επιχείρησης, εξηγεί την έννοια του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος και ποιοι παράγοντες το αποτελούν. Το δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται στο ρόλο της επιχείρησης υπό συνθήκες αβεβαιότητας. Δείχνει πως η επιχείρηση λαμβάνει τις αποφάσεις της υπό καθεστώς αβεβαιότητας. Το τρίτο κεφάλαιο συζητά μία νέα διάσταση της διεθνούς επιχείρησης που είναι η επιχειρηματική ηθική και η κοινωνική ευθύνη. Το τελευταίο κεφάλαιο αναφέρεται στο διεθνές οικονομικό περιβάλλον, από ποιους παράγοντες αποτελείται και πως αυτοί επηρεάζουν τις επιχειρηματικές αποφάσεις των διεθνών επιχειρήσεων.

ΛΕΞΕΙΣ – ΚΛΕΙΔΙΑ

Διεθνής επιχείρηση, επιχειρηματικές αποφάσεις, εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον, επιχειρηματική ηθική, κοινωνική ευθύνη, διεθνές οικονομικό περιβάλλον

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ : ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	5
1.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
1.2. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ : ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΡΩΤΟΓΟΝΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΚΑΠΙΤΑΛΙΣΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ	5
1.3. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	7
1.3.1. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	7
1.3.2. ΟΡΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	9
1.4. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	10
1.5. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	12
1.5.1. Η ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	12
1.5.2. ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	16
1.5.3. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ	18
1.6. ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....	20
1.7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ : Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΥΠΟ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ	22
2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	22
2.2. ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	23
2.3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΥΠΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ	25
2.3.1. ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΟΤΑΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ	25
2.3.1.1. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΠΟΣΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕΝΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΣΤΗ ΒΡΑΧΥΧΡΟΝΙΑ ΠΕΡΙΟΔΟ.....	25
2.3.1.2. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΠΟΣΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕΝΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΣΤΗ ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΑ ΠΕΡΙΟΔΟ.....	27
2.3.2. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΜΕΓΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΚΕΡΔΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	30
2.3.2. ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΟΤΑΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ35	
2.4. ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΚΑΙ ΠΩΣ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΑΝΤΙΔΡΑ	38
2.5. ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	40
2.6. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ : ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	43
3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	43
3.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ.....	44
3.2.1. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ «ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ»	44

3.2.2. ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΗΘΙΚΗΣ.....	46
3.3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ «ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ».....	47
3.1. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ...	47
3.3.2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	48
3.3.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	49
3.4. ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....	51
3.5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ : ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	54
4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	54
4.2. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	55
4.3. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	56
4.3.1. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΙΕΘΝΩΝ ΑΓΟΡΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΣ, ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ - ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.....	56
4.3.1.1. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	56
4.3.1.2. ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ, ΘΕΩΡΙΑ ΔΑΣΜΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	61
4.3.2. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΟΓΑΝΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ	63
4.4. ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	68
4.5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	69
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ.....	69

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ : ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

1.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η επιχείρηση αποτελεί βασικό οικονομικό παράγοντα του καπιταλιστικού συστήματος. Η επιχείρηση έχει συγκεκριμένους στόχους και λειτουργίες. Η ανάπτυξη του οικονομικού μας συστήματος στηρίζεται πάνω στην επιχείρηση και στην επιχειρηματικότητα. Η επιχείρηση αποτελεί ένα συγκεκριμένο τρόπο οργάνωσης των παραγωγικών πόρων με σκοπό την παραγωγή ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας. Στα πλαίσια αυτού του κεφαλαίου θα αναλύσουμε την έννοια της επιχείρησης, θα δούμε τις βασικές διαφορές μεταξύ επιχείρησης, επιχειρηματία και επιχειρηματικότητα. Επίσης θα δούμε ποιες είναι οι λειτουργίες της επιχείρησης, ποιοι είναι οι στόχοι και σκοποί της και πως επηρεάζεται από το εξωτερικό και το εσωτερικό της περιβάλλον.

Έχοντας ολοκληρώσει τη μελέτη αυτού του κεφαλαίου θα πρέπει να είστε σε θέση να γνωρίζετε:

- τι είναι επιχείρηση, επιχειρηματίας και επιχειρηματικότητα
- ποια είναι τα είδη των επιχειρήσεων
- ποιοι είναι οι στόχοι και οι λειτουργίες της επιχείρησης
- ποιες είναι οι δομές της επιχείρησης
- τι είναι τα δίκτυα επικοινωνίας
- πως παράγεται αξία στην επιχείρηση
- ποιο είναι το μοντέλο των ανοικτών συστημάτων
- ποιο είναι το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον
- ποιοι παράγοντες αποτελούν το εξωτερικό και το εσωτερικό περιβάλλον

1.2. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ : ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΡΩΤΟΓΟΝΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΚΑΠΙΤΑΛΙΣΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Ο βασικός στόχος κάθε ανθρώπου είναι η ικανοποίηση των αναγκών του. Ο τρόπος με τον οποίο τα άτομα ικανοποιούν τις ανάγκες τους, διαφοροποιείται από χρονική περίοδο σε χρονική περίοδο.

Στις πρωτόγονες κοινωνίες ο άνθρωπος ζούσε απομονωμένος από τους άλλους ανθρώπους. Προσπαθούσε μόνος του να καλύψει τις βασικές του ανάγκες. Ήταν ταυτόχρονα

κυνηγός, ψαράς και γεωργός. Ζούσε με αυτά που του παρείχε η φύση. Σιγά – σιγά άρχισε να κατασκευάζει διάφορα εργαλεία τα οποία τα χρησιμοποιούσε για να κατασκευάσει διάφορα πράγματα, για να τα χρησιμοποιήσει στο κυνήγι και στο ψάρεμα ή στην καλλιέργεια της γης. Με τη χρήση των εργαλείων μπορούσε να αποκτά περισσότερα αγαθά από αυτά που αποκτούσε πριν ανακαλύψει τα εργαλεία.

Όταν ο άνθρωπος άρχισε να ζει μαζί με άλλους ανθρώπους, οργάνωσε τη ζωή του με καλύτερο τρόπο. Συνδύασε ο ένας με τον άλλο τις εργασίες που μπορούσαν αν κάνουν, με αποτέλεσμα να παράγονται περισσότερα, αλλά και καλύτερα αγαθά. Ότι όμως έβγαζαν το χρησιμοποιούσαν για τη δική τους κατανάλωση, για την ικανοποίηση των δικών τους αναγκών.

Σιγά – σιγά οι κοινωνίες άρχισαν να παράγουν περισσότερα προϊόντα από αυτά που παρήγαγαν με αποτέλεσμα να τίθεται το θέμα της ανταλλαγής αυτών των προϊόντων με άλλα προϊόντα. Έτσι οι άνθρωποι εκείνοι την εποχή εξειδικεύονταν στην παραγωγή συγκεκριμένων προϊόντων τα οποία προορίζονταν κυρίως για την αγορά. Ο άνθρωπος εκτός από παραγωγός αυτών των αγαθών γίνεται και έμπορας. Πουλάει τα προϊόντα είτε σε άλλους ανθρώπους σε αυτή τη χώρα ή τα μεταφέρει και τα πουλάει σε άλλες χώρες. Οι κοινωνίες αυτές είναι πλέον εμπορευματικές κοινωνίες. Περνάμε από τις πρωτόγονες κοινωνίες, όπου ο άνθρωπος παρήγαγε αγαθά για τον ίδιο και για τα μέλη της οικογένειάς του, στις εμπορευματικές κοινωνίες, όπου ο άνθρωπος παράγει αγαθά όχι για τον ίδιο, αλλά για την αγορά.

Ως εκ τούτου μπορούμε να δούμε στην ουσία τρία στάδια που παρεμβαίνει ο άνθρωπος. Το πρώτο είναι το στάδιο της παραγωγής. Το δεύτερο στάδιο είναι το στάδιο της διανομής του παραγόμενου προϊόντος και το τρίτο στάδιο είναι η κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών από τα άτομα.

Στο πρώτο στάδιο ο άνθρωπος παράγει αγαθά και υπηρεσίες χρησιμοποιώντας πρώτες ύλες και άλλα μέσα παραγωγής¹. Η διαδικασία αυτή είναι γνωστή ως παραγωγική διαδικασία. Με τον όρο παραγωγική διαδικασία εννοούμε τη διαδικασία όπου ο άνθρωπος συνδυάζει τα μέσα παραγωγής, μετασχηματίζει τις πρώτες ύλες, τους δίνει άλλη μορφή και στη συνέχεια παράγει ένα αγαθό. Θα μπορούσαμε να παρομοιάσουμε την παραγωγική διαδικασία ως ένα σωλήνα απ' όπου από το ένα άνοιγμά του εισέρχονται τα μέσα παραγωγής, συνδυάζονται και χρησιμοποιούνται από τον «επιχειρηματία» και από το άλλο άνοιγμα βγαίνουν τα αγαθά που έχουν παραχθεί.

¹ Με τον όρο μέσα παραγωγής εννοούμε τα μέσα που χρησιμοποιεί ο άνθρωπος για να παράγει αγαθά και αυτά είναι οι πρώτες ύλες, η εργασία, τα μηχανήματα κ.α

Το δεύτερο στάδιο είναι το στάδιο όπου τα αγαθά διανέμονται μεταξύ των ατόμων. Η διανομή των αγαθών αποτελεί την αμοιβή όλων όσων έχουν συμμετάσχει στην παραγωγική διαδικασία. Η διαδικασία της διανομής αγαθών απαντά στο ερώτημα γιατί οι άνθρωποι συμμετέχουν στην παραγωγική διαδικασία. Ο λόγος που συμμετέχουν είναι ότι προσφέρουν ότι ο καθένας κατέχει (δηλ. πρώτες ύλες, μηχανήματα, εργασία) για να λάβουν αμοιβή την οποία θα τη δαπανήσουν για να αγοράσουν αγαθά και υπηρεσίες με τα οποία θα ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. Αυτό είναι και το τρίτο στάδιο, δηλαδή το στάδιο της κατανάλωσης των αγαθών και υπηρεσιών, μέσα από την οποία τα άτομα ικανοποιούν τις ανάγκες τους.

Στα πλαίσια της συνεχούς ανάπτυξης των εμπορευματικών κοινωνιών, δηλαδή των σύγχρονων κοινωνιών, η ανάπτυξη της παραγωγικής διαδικασίας προϋποθέτει την ύπαρξη ατόμων, των επιχειρηματιών, που έχουν την ικανότητα να συγκεντρώσουν τους παραγωγικούς πόρους (ή παραγωγικούς συντελεστές), να τους οργανώσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και να παράγουν όσο γίνεται περισσότερα και φτηνότερα αγροτικά προϊόντα.

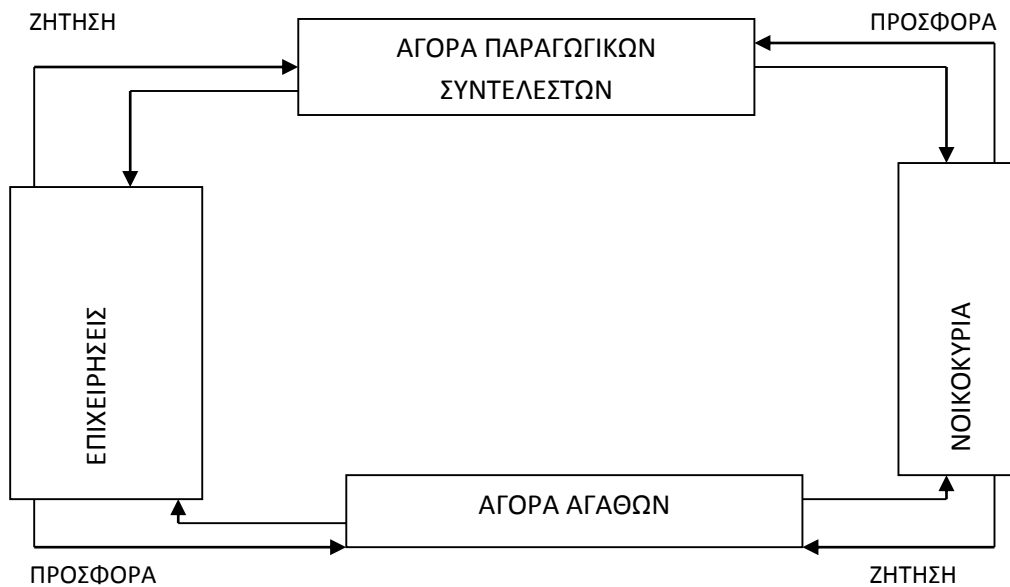
Η παραγωγική διαδικασία προϋποθέτει την έννοια της οργάνωσης. Χωρίς οργάνωση δεν μπορεί να υπάρξει παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών. Η οργάνωση της παραγωγικής διαδικασίας γίνεται στα πλαίσια της επιχείρησης. Η επιχείρηση αναδεικνύεται βασικό στοιχείο της δομής των εμπορευματικών κοινωνιών.

1.3. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1.3.1. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Ο επιχειρηματίας και η επιχείρηση αποτελούν τους ακρογωνιαίους λίθους της δομής του σημερινού οικονομικού συστήματος. Ας σκεφτούμε τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί μία οικονομία, ο οποίος παριστάνεται από το οικονομικό κύκλωμα. Προς χάρη ευκολίας υποθέτουμε ότι έχουμε μία κοινωνία που δεν υπάρχει κράτος που παρεμβαίνει στην οικονομία. Με τον όρο οικονομικό κύκλωμα εννοούμε τις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των ατόμων μίας κοινωνίας στα πλαίσια της ικανοποίησης των βασικών τους αναγκών, που είναι το ζητούμενο για κάθε κοινωνία.

Διάγραμμα 1 : Οικονομικό κύκλωμα²



Βασική υπόθεση, πάνω στην οποία στηρίζεται το οικονομικό κύκλωμα, είναι ότι στο οικονομικό σύστημα υπάρχουν δύο βασικές «οικονομικές» μονάδες : οι επιχειρήσεις και τα νοικοκυριά. Σκοπός των επιχειρήσεων είναι η παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών με σκοπό την πώλησή των και τη μεγιστοποίηση του κέρδους. Σκοπός των νοικοκυριών είναι η κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών από την οποία προκύπτει η ικανοποίηση των αναγκών του νοικοκυριού. Επειδή όμως τα νοικοκυριά δεν έχουν χρήματα, πρέπει να συμμετάσχουν στην παραγωγική διαδικασία προσφέροντας τους παραγωγικούς συντελεστές που διαθέτουν στις επιχειρήσεις, για να μπορέσουν με αυτό τον τρόπο να αποκτήσουν χρήματα και να αγοράσουν αγαθά και υπηρεσίες. Ως εκ τούτου τα νοικοκυριά συμμετέχουν στο κύκλωμα με διπλή ιδιότητα : α) ως κάτοχοι των μέσων παραγωγής (ή παραγωγικών συντελεστών, π.χ. πρώτων υλών, της εργασίας και του κεφαλαίου – τεχνολογίας) και β) ως καταναλωτές (που αγοράζουν τα αγαθά τα οποία έχουν παραχθεί από τις επιχειρήσεις. Για τη συμμετοχή τους στην παραγωγική διαδικασία εισπράττουν χρήματα από τις επιχειρήσεις (τα χρήματα είναι η

² Με τον όρο αγορά παραγωγικών συντελεστών εννοούμε την αγορά όπου συναντώνται τα νοικοκυριά που προσφέρουν παραγωγικούς συντελεστές (γη, εργασία, κεφάλαιο) και οι επιχειρήσεις που ζητούν να χρησιμοποιήσουν παραγωγικούς συντελεστές έναντι αμοιβής.

Με τον όρο αγορά αγαθών εννοούμε την αγορά όπου συναντώνται τα νοικοκυριά που ζητούν να αγοράσουν αγαθά και υπηρεσίες προσφέροντας χρήματα και οι επιχειρήσεις που προσφέρουν (πωλούν) αγαθά και υπηρεσίες για να κερδίσουν χρήματα.

αμοιβή τους) και στη συνέχεια δαπανούν αυτά τα χρήματα για να αγοράσουν αγαθά και υπηρεσίες από τις επιχειρήσεις.

Οι επιχειρήσεις εμφανίζονται στην αγορά των παραγωγικών συντελεστών και ζητούν να αγοράσουν (ή να ενοικιάσουν) παραγωγικούς συντελεστές με σκοπό να τους συνδυάσουν και να παράγουν αγαθά και υπηρεσίες για να τα πωλήσουν στα νοικοκυριά και να εισπράξουν χρήματα.

Πολλές φορές χρησιμοποιούμε σχεδόν ταυτόσημα τις έννοιες επιχειρηματίας και επιχείρηση. Λέμε ότι η επιχείρηση χρησιμοποιεί παραγωγικούς συντελεστές, παράγει αγαθά και υπηρεσίες κ.α. Αντίστοιχα λέμε ότι ο επιχειρηματίας οργανώνει την παραγωγική διαδικασία. Ποιες είναι όμως οι διακριτές διαφορές μεταξύ επιχειρηματία και επιχείρησης ;

1.3.2. ΟΡΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Έχουν δοθεί διάφοροι ορισμοί για το ρόλο του επιχειρηματία³. Ο Say όπως και ο Cantillon θεωρούν ότι ο επιχειρηματίας είναι ο οργανωτής συντελεστών παραγωγής. Ο Kirzner θεωρεί ότι ο ρόλος του επιχειρηματία είναι να αναλαμβάνει κινδύνους. Ο Schumpeter υποστηρίζει ότι ο επιχειρηματίας πρέπει να είναι καινοτόμος και να επιφέρει την αλλαγή με την εισαγωγή νέων τεχνολογικών διαδικασιών ή προϊόντων.

Ο επιχειρηματίας είναι ο άνθρωπος εκείνος που έχει μία επιχειρηματική ιδέα και την υλοποιεί. Για να υλοποιήσει την επιχειρηματική του ιδέα θα πρέπει να οργανώσει τους παραγωγικούς συντελεστές και να αναλάβει το ρίσκο να παράγει το συγκεκριμένο αγαθό ή υπηρεσία. Η υλοποίηση της επιχειρηματικής του ιδέας γίνεται μέσα από την ίδρυση μιας επιχείρησης.

Με τον όρο επιχειρηματικότητα εννοούμε τη διαδικασία που περιλαμβάνει όλες τις λειτουργίες, δραστηριότητες και ενέργειες που συνδέονται με τον εντοπισμό των ευκαιριών και τη δημιουργία οργάνωσης που θα τις αξιοποιεί.

Τι είναι εκείνο που ωθεί τον άνθρωπο να γίνει επιχειρηματίας ; Ποιοι είναι οι παράγοντες εκείνοι που ενισχύουν την επιχειρηματικότητα ; Τα κίνητρα που ωθούν τα άτομα να γίνουν επιχειρηματίες είναι η επίτευξη κέρδους, η ελευθερία για ανεξάρτητη εργασία (να εργάζεται για εκείνον τον ίδιο και όχι για λογαριασμό κάποιου άλλου), η ανάγκη για μία δημιουργική εργασία που του ταιριάζει κ.α..

Τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία είναι :

- η ανάγκη για επιτυχία

³ βλ. Deakins D., Freel M (2007) *Επιχειρηματικότητα*, εκδ. Κριτική, κεφ. 1

- η επιθυμία να αναλάβει κινδύνους
- η πεποίθηση να αντιμετωπίζει διάφορες προκλήσεις

Οι δραστηριότητες που αναλαμβάνει ένας επιχειρηματίας είναι :

- η ανάληψη κινδύνων
- ο εντοπισμός των ευκαιριών κέρδους
- η εισαγωγή καινοτομιών
- ο σχεδιασμός
- η οργάνωση
- ο έλεγχος
- η διοίκηση των ανθρώπων – υπαλλήλων του στην επιχείρηση

Με τον όρο επιχείρηση⁴ εννοούμε την οικονομική μονάδα που χαρακτηρίζεται από την ομαδική εργασία για την επίτευξη κοινών στόχων μέσω της αποδοχής και οριοθέτησης κανόνων συμπεριφοράς μεταξύ των ατόμων που την αποτελούν. Με άλλα λόγια η επιχείρηση είναι μία συγκεκριμένη οργάνωση των παραγωγικών συντελεστών που αποσκοπεί σε κάτι συγκεκριμένο : στην υλοποίηση μιας επιχειρηματικής ιδέας, που μπορεί να είναι η παραγωγή ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας. Το άτομο που αποφασίζει για τον τρόπο οργάνωσης των παραγωγικών συντελεστών, και ως εκ τούτου, καθορίζει και τη μορφή και τη δομή της επιχείρησης είναι ο επιχειρηματίας.

1.4. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Όπως αναφέραμε και προηγουμένως η επιχείρηση είναι ένας συγκεκριμένος τρόπος οργάνωσης των παραγωγικών συντελεστών και ως εκ τούτου η κάθε επιχείρηση έχει μία δική της δομή. Με βάση ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων, μπορούμε να διακρίνουμε διάφορες μορφές επιχειρήσεων.

Τα κριτήρια που συνήθως χρησιμοποιούμε για να ταξινομήσουμε τις επιχειρήσεις είναι :

- το είδος της οικονομικής δραστηριότητας
- το είδος της ιδιοκτησίας
- η νομική μορφή
- το μέγεθος

⁴ βλ. Κέφης Β. (2005). *Ολοκληρωμένο Μάνατζμεντ. Βασικές αρχές για σύγχρονες οικονομικές μονάδες*.

Σ' ότι αφορά το είδος της οικονομικής δραστηριότητας κατατάσσουμε τις επιχειρήσεις ανάλογα με το τι παράγουν. Επιχειρήσεις που παράγουν το ίδιο προϊόν, λέμε ότι αποτελούν ένα κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, π.χ. ο κλάδος της γεωργίας. Πολλοί κλάδοι μαζί που είναι συναφείς αποτελούν τον τομέα της παραγωγής. Για παράδειγμα πολλοί κλάδοι της βιομηχανίας (π.χ. κλάδος ποτών, κλάδος υφάσματος κλπ) αποτελούν τον δευτερογενή τομέα. Ως εκ τούτου διακρίνουμε τις επιχειρήσεις σε επιχειρήσεις του πρωτογενή τομέα, του δευτερογενή και του τριτογενή τομέα. Ο πρωτογενής τομέας περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που σχετίζονται με τη γεωργία, τη κτηνοτροφία, τη δασοπονία, τη θήρα και την αλιεία. Ο δευτερογενής τομέας περιλαμβάνει κυρίως τους κλάδους της βιομηχανίας και της βιοτεχνίας, τα ορυχεία – μεταλλεία, τον ηλεκτρισμό κλπ. Στον τριτογενή τομέα ανήκουν το εμπόριο, οι μεταφορές, οι επικοινωνίες, οι χρηματοπιστωτικές δραστηριότητες, η εκπαίδευση και οι υπηρεσίες.

Ανάλογα με το είδος της ιδιοκτησίας της επιχείρησης διακρίνουμε τις επιχειρήσεις σε :

- ιδιωτικές, αν ο ιδιοκτήτης είναι ιδιώτης
- δημόσιες, αν ο ιδιοκτήτης είναι το δημόσιο (που μπορεί να είναι το κράτος ή η νομαρχιακή ή η τοπική αυτοδιοίκηση)
- μεικτές, αν ανήκουν από κοινού στο δημόσιο και σε ιδιώτες

Ανάλογα με τη νομική μορφή της επιχείρησης, τις διακρίνουμε σε :

- ατομικές, αν ο ιδιοκτήτης είναι ένα άτομο
- εταιρικές (ή εταιρείες), αν οι ιδιοκτήτες είναι περισσότεροι του ενός ατόμου

Στην περίπτωση των εταιρειών, τις διακρίνουμε σε :

- ομόρρυθμες (Ο.Ε), οι ιδιοκτήτες δηλαδή οι εταίροι έχουν προσφέρει ίσα ή άνισα μερίδια στο συνολικό κεφάλαιο της επιχείρησης και οι υποχρεώσεις των δεν περιορίζονται μόνο στο μερίδιο του κεφαλαίου που έχουν συνεισφέρει, αλλά είναι απεριόριστες για τον καθένα χωριστά και για όλους μαζί
- ετερόρρυθμες (Ε.Ε), οι εταίροι έχουν διαφορετικά δικαιώματα και ευθύνες και ευθύνονται μόνο κατά το μέρος της συνεισφοράς τους στο κεφάλαιο της εταιρείας
- εταιρείες περιορισμένης ευθύνης (ΕΠΕ), οι εταίροι ευθύνονται μόνο για το μερίδιο που ο καθένας έχει εισφέρει στην επιχείρηση, τα μερίδια είναι ίσα και δεν μετατρέπονται σε μετοχές και κάθε εταίρος μπορεί να συμμετέχει με διαφορετικό αριθμό μεριδίων στο εταιρικό κεφάλαιο της επιχείρησης
- ανώνυμες εταιρείες (ΑΕ), κάθε εταίρος ευθύνεται μόνο για το χρηματικό ποσό που έχει εισφέρει στην επιχείρηση. Το συνολικό κεφάλαιο μοιράζεται σε μετοχές, οι οποίες αποτελούν

και τους τίτλους ιδιοκτησίας της επιχείρησης. Οι μετοχές μεταβιβάζονται ελεύθερα, ενώ οι μεγάλες ανώνυμες εταιρείες εισέρχονται στο χρηματιστήριο και προσπαθούν να αντλήσουν κεφάλαια πουλώντας τις μετοχές τους στο κοινό.

Το μέγεθος της επιχείρησης μπορεί να αναφέρεται είτε στον ετήσιο τζίρο της επιχείρησης (κύκλο εργασιών), είτε στον αριθμό των απασχολουμένων. Με βάση το μέγεθος της απασχόλησης, τις διακρίνουμε σε πολύ μικρές, μικρές, μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις. Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις είναι αυτές που απασχολούν μέχρι 3-5 άτομα. Οι μικρές επιχειρήσεις απασχολούν μέχρι 10 άτομα, οι μεσαίες επιχειρήσεις απασχολούν από 10 μέχρι 50 άτομα και οι μεγάλες επιχειρήσεις απασχολούν περισσότερα από 50 άτομα. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ο ορισμός της μικρομεσαίας επιχείρησης διαφέρει. Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις είναι αυτές που απασχολούν μέχρι 10 άτομα, οι μικρές επιχειρήσεις απασχολούν από 10 μέχρι 50 άτομα, οι μεσαίες επιχειρήσεις απασχολούν από 50 μέχρι 250 άτομα και οι μεγάλες επιχειρήσεις απασχολούν περισσότερο από 250 άτομα. Με βάση τον τζίρο (ή κύκλο εργασιών), οι πολύ μικρές επιχειρήσεις έχουν τζίρο μέχρι 2 εκατ. ευρώ, οι μικρές έχουν τζίρο μεταξύ 2 και 10 εκατ. ευρώ, οι μεσαίες επιχειρήσεις έχουν τζίρο μεταξύ 10 και 50 εκατ. ευρώ και οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν τζίρο περισσότερο από 50 εκατ. ευρώ.

1.5. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1.5.1. Η ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η οργάνωση μιας επιχείρησης επηρεάζει σημαντικά τον τρόπο λειτουργίας της και την αποδοτικότητά της. Ας υποθέσουμε ότι μία επιχείρηση παράγει ένα αγαθό. Τότε στα πλαίσια της επιχείρησης υπάρχει το εργοστάσιο όπου γίνεται η παραγωγή του αγαθού και η εταιρεία όπου εκεί συγκεντρώνονται οι διοικητικές λειτουργίες της επιχείρησης. Η επιχείρηση αποτελείται από διαφορετικά τμήματα. Για παράδειγμα, εκτός από το εργοστάσιο υπάρχει η αποθήκη υλικών που εκεί φυλάσσονται οι πρώτες ύλες που είναι απαραίτητες για την παραγωγή του προϊόντος, η αποθήκη εμπορευμάτων όπου φυλάσσονται τα εμπορεύματα που παράγονται μέχρι να προωθηθούν στην αγορά, το τμήμα διαφήμισης και μάρκετινγκ που έχει ως σκοπό να διαφημίσει και να προωθήσει το προϊόν στην αγορά, το τμήμα πωλήσεων που θα διακινήσει το προϊόν στην αγορά, το τμήμα οικονομικών υπηρεσιών που ασχολείται με τον υπολογισμό του κόστους παραγωγής του προϊόντος, με το του κόστους λειτουργίας της επιχείρησης και των εσόδων που θα έχει η επιχείρηση από την πώληση του προϊόντος, από τη διεύθυνση προσωπικού που ασχολείται με θέματα που αφορούν το προσωπικό της εταιρείας και το τμήμα μάνατζμεντ που ασχολείται με το πως θα λειτουργήσει με τον καλύτερο δυνατό

τρόπο η επιχείρηση. Όλα αυτά τα τμήματα δεν λειτουργούν ανεξάρτητα το ένα από το άλλο. Βρίσκονται συνδεδεμένα με συγκεκριμένο τρόπο, που αποτελεί και τον τρόπο οργάνωσης της εταιρείας. Πως όμως είναι δομημένη η επιχείρηση ; Πως συνδέονται αυτά τα μεμονωμένα τμήματα μεταξύ τους ;

Σύμφωνα με τους Καλογεροπούλου και Μουρδουκούτα (2009, σ.18-22) η επιχείρηση είναι ένα σύμπλεγμα τριών δομών : της δομής των αποφάσεων, της δομής της επικοινωνίας και της δομής της παρακίνησης. Η δομή των αποφάσεων αφορά κυρίως τον τρόπο με τον οποίο λαμβάνονται οι διάφορες αποφάσεις στην επιχείρηση και πως αυτές οι αποφάσεις υλοποιούνται. Τα βασικά χαρακτηριστικά της οργανωτικής δομής μιας επιχείρησης είναι :

- Οι σχέσεις εξουσίας μεταξύ των υπαλλήλων
- Ο βαθμός συγκέντρωσης λήψης των αποφάσεων
- Ο βαθμός τυποποίησης
- Ο βαθμός εξειδίκευσης
- Ο βαθμός ολοκλήρωσης
- Ο βαθμός πολυπλοκότητας

Οι σχέσεις εξουσίας αναφέρονται στη σύνδεση των επιμέρους θέσεων εργασίας μεταξύ προϊσταμένων και υφισταμένων, στον έλεγχο, στην εκπαίδευση και στην καθοδήγηση των υφισταμένων από τους προϊσταμένους για την αποδοτική λειτουργία της επιχείρησης.

Η λήψη αποφάσεων αναφέρεται στις συγκεκριμένες σχέσεις εξουσίας που υπάρχουν μεταξύ των μελών της επιχείρησης, μεταξύ των υφισταμένων και των προϊσταμένων. Ο τρόπος με τον οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις εξαρτάται από τον τρόπο με τον οποίο είναι οργανωμένη η επιχείρηση. Για παράδειγμα η πλειοψηφία των αποφάσεων μπορεί να λαμβάνεται μόνο από τα ανώτερα διοικητικά στελέχη και στη συνέχεια να υλοποιούνται από τα κατώτερα στελέχη και τους υπαλλήλους. Στην περίπτωση αυτή λέμε ότι η οργανωτική δομή της επιχείρησης είναι συγκεντρωτική. Αντίθετα θα μπορούσε η πλειοψηφία των αποφάσεων να λαμβάνεται από τα κατώτερα διοικητικά στελέχη, τα οποία και θα τις υλοποιήσουν. Στην περίπτωση αυτή μιλάμε για αποκεντρωτική οργανωτική δομή.

Ο βαθμός τυποποίησης αναφέρεται στη μορφή των κανόνων (που μπορεί να είναι γραπτή ή άτυπη), των οδηγιών και των διαδικασιών για τον σχεδιασμό, τον έλεγχο και τον περιορισμό. Μία δομή είναι τυποποιημένη όταν οι επιχειρηματικές λειτουργίες όπως ο σχεδιασμός, ο έλεγχος και η λήψη αποφάσεων πραγματοποιούνται και επαναλαμβάνονται με αυστηρότητα στη βάση γραπτών κανονισμών και προγραμμάτων. Μία οργανωτική δομή είναι τυποποιημένη όταν οι βασικές λειτουργίες της επιχείρησης (δηλαδή ο σχεδιασμός, η λήψη αποφάσεων, η υλοποίηση του σχεδίου και ο έλεγχος) γίνονται στη βάση

συγκεκριμένων γραπτών κανόνων και προγραμμάτων. Αντίθετα μία οργανωτική δομή είναι άτυπη όταν οι βασικές λειτουργίες της επιχείρησης γίνονται στη βάση άγραφων κανόνων.

Ο βαθμός εξειδίκευσης αναφέρεται στη λεπτομερή κατανομή του έργου σε επιμέρους υποέργα – διαδικασίες και σε καθήκοντα ατόμων. Όσο πιο λεπτομερής είναι η κατανομή του έργου, τόσο μεγαλύτερος είναι και ο βαθμός εξειδίκευσης.

Ο βαθμός ολοκλήρωσης αναφέρεται στην ενοποίηση, το συντονισμό και τη συνεργασία των επιμέρους διευθύνσεων και τμημάτων. Όσο περισσότερο τα τμήματα και οι διευθύνσεις συντονίζονται από την κεντρική διοίκηση της επιχείρησης, τόσο περισσότερο ολοκληρωμένη είναι η οργανωτική δομή της επιχείρησης. Όσο τα τμήματα λειτουργούν αυτόνομα και δεν συντονίζονται από την κεντρική διοίκηση, τόσο περισσότερο κατακερματισμένη είναι η οργανωτική δομή της επιχείρησης.

Ο βαθμός πολυπλοκότητας μιας επιχείρησης αναφέρεται στον αριθμό των ιεραρχικών επιπέδων, τμημάτων και εξειδικευμένων θέσεων που υπάρχουν στην επιχείρηση. Όσο περισσότερη ιεραρχία υπάρχει, όσο περισσότερα τμήματα και εξειδικευμένες θέσεις υπάρχουν, τόσο μεγαλύτερη είναι η πολυπλοκότητα της οργανωτικής δομής της επιχείρησης.

Η οργανωτική δομή μιας επιχείρησης μπορεί να λάβει δύο μορφές : την ιεραρχική και την μη ιεραρχική (Καλογεροπούλου και Μουρδουκούτας, 2009, σ.22).

Τα βασικά χαρακτηριστικά της ιεραρχικής δομής της επιχείρησης είναι :

- Συγκέντρωση εξουσίας
- Υψηλός βαθμός τυποποίησης διαδικασιών
- Υψηλός βαθμός εξειδίκευσης εργασίας
- Υψηλός βαθμός ολοκλήρωσης
- Υψηλός βαθμός πολυπλοκότητας

Τα βασικά χαρακτηριστικά της μη ιεραρχικής δομής είναι :

- Αποκέντρωση εξουσίας
- Χαμηλός βαθμός τυποποίησης διαδικασιών
- Χαμηλός βαθμός εξειδίκευσης εργασίας
- Χαμηλός βαθμός ολοκλήρωσης
- Χαμηλός βαθμός πολυπλοκότητας.

Τα βασικά πλεονεκτήματα που έχει η ιεραρχική δομή της επιχείρησης είναι : ο αυστηρός έλεγχος που ασκείται από την ηγεσία και σαφής προσδιορισμός των διαδικασιών, των καθηκόντων και των ρόλων των τμημάτων και των εργαζομένων. Τα βασικά μειονεκτήματα

είναι η έλλειψη κινήτρων, ευελιξίας και δυνατότητας άμεσης προσαρμογής σε αλλαγές που μπορεί να έχουν συμβεί. Κατ' αντιστοιχία η μη ιεραρχική δομή έχει ως βασικό πλεονέκτημα την ευελιξία και τη δυνατότητα προσαρμογής στις αλλαγές και βασικό μειονέκτημα τον αυστηρό έλεγχο και καθορισμό των διαδικασιών και των καθηκόντων.

Η δομή της επικοινωνίας αναφέρεται στον τρόπο μετάδοσης της γνώσης μεταξύ των μελών της επιχείρησης και μεταξύ της επιχείρησης και του περιβάλλοντος. Η γνώση (και η πληροφόρηση) μπορεί να είναι τυποποιημένη ή άτυπη. Η τυποποιημένη πληροφόρηση και γνώση σχετίζεται με τα βασικά χαρακτηριστικά των προϊόντων, μπορεί να πάρει έντυπη ή ηλεκτρονική μορφή και γίνεται μέσω των κάθετων και οριζόντιων καναλιών επικοινωνίας⁵. Η άτυπη πληροφόρηση και γνώση σχετίζεται με τη συνολική διαδικασία λειτουργίας της επιχείρησης. Η κατανόηση της συνολικής διαδικασίας, αλλά και των επί μέρους λειτουργιών δεν μπορεί να πάρει την έντυπη ή ηλεκτρονική μορφή, μπορεί να γίνει μέσα από την άμεση επαφή και αλληλεπίδραση των μελών της επιχείρησης.

Η επικοινωνία συνδέεται άμεσα με (ή καλύτερα προϋποθέτει) την ύπαρξη δικτύων επικοινωνίας. Τα δίκτυα επικοινωνίας διακρίνονται σε εξωτερικά και σε εσωτερικά και τα εσωτερικά διακρίνονται σε κάθετα και οριζόντια. Τα εξωτερικά δίκτυα επικοινωνίας της επιχείρησης μεταφέρουν την πληροφορία και τη γνώση μεταξύ της επιχείρησης και του εξωτερικού περιβάλλοντος της. Το εξωτερικό περιβάλλον μπορεί να είναι οι καταναλωτές, οι προμηθευτές, οι συνεργάτες και το κράτος.

Τα εσωτερικά δίκτυα μεταφέρουν πληροφορίες και γνώσεις μεταξύ των επιμέρους τμημάτων της επιχείρησης. Τα κάθετα δίκτυα αφορούν την επικοινωνία μεταξύ προϊσταμένων και υφισταμένων και τα οριζόντια δίκτυα αφορούν την επικοινωνία μεταξύ εργαζομένων στο ίδιο επίπεδο ιεραρχίας.

Η δομή της παρακίνησης αναφέρεται στην εναρμόνιση της συμπεριφοράς, των στόχων, των συμφερόντων και των πεποιθήσεων των εργαζομένων με τη συμπεριφορά, τους στόχους, τα συμφέροντα και τις πεποιθήσεις της επιχείρησης. Η εναρμόνιση των συμπεριφορών, των στόχων, των συμφερόντων και των πεποιθήσεων μπορούν να γίνουν είτε με γραφειοκρατικούς μηχανισμούς, είτε με μηχανισμούς απόδοσης, είτε με την κουλτούρα, είτε με τα κίνητρα (Καλογεροπούλου και Μουρδουκούτας 2009, σ.28-29).

Οι γραφειοκρατικοί μηχανισμοί εναρμονίζουν τις συμπεριφορές με την εφαρμογή τυποποιημένων και επίσημων κανόνων και διαδικασιών. Οι μηχανισμοί απόδοσης εναρμονίζουν τους στόχους και εκτιμούν τις συνέπειες της συμπεριφοράς των εργαζομένων

⁵ Μέσω των κάθετων καναλιών η πληροφόρηση κινείται από την κορυφή της ιεραρχίας προς τη βάση και αντίθετα. Μέσω των οριζόντιων καναλιών η επικοινωνία γίνεται κατά μήκος του ίδιου επιπέδου ιεραρχίας.

στην επιχείρηση. Η απόδοση των εργαζομένων μετριέται με συγκεκριμένους δείκτες. Η κουλτούρα εναρμονίζει τη στάση και τις πεποιθήσεις των εργαζομένων με αυτές της επιχείρησης, συμβάλλει στην ανάπτυξη οράματος – στόχου και αποσκοπεί στην ανάπτυξη εμπιστοσύνης μεταξύ των μελών της επιχείρησης και στη μείωση της ανάγκης ελέγχου και παρακολούθησης. Τα κίνητρα εναρμονίζουν τα συμφέροντα των εργαζομένων με αυτά της επιχείρησης κατανέμοντας τους κινδύνους και τις ανταμοιβές.

1.5.2. ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Βασικός σκοπός και στόχος της επιχείρησης είναι η παραγωγή ενός αγαθού ή υπηρεσίας με το δυνατόν λιγότερο κόστος. Ο συγκεκριμένος σκοπός τα επιχείρησης προσδιορίζει και τη βασική της λειτουργία που είναι η παραγωγική της λειτουργία. Εκτός όμως αυτής της βασικής λειτουργίας η επιχείρηση έχει και άλλες λειτουργίες που απορρέουν κυρίως από μία διαφορετική θεώρηση του ρόλου της επιχείρησης. Αυτή η διαφορετική θεώρηση της επιχείρησης προϋποθέτει ότι η επιχείρηση, εκτός του ότι είναι οικονομική μονάδα και ως εκ τούτου έχει μία συγκεκριμένη παραγωγική δραστηριότητα, είναι και μία «κοινωνική» ομάδα, μία ομάδα μέλος της κοινωνίας και οι πράξεις και οι δράσεις της επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά την κοινωνία. Αναφερόμαστε στην έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων, όπου η έννοια αυτή παραπέμπει στον άλλο ρόλο ή στην άλλη λειτουργία της επιχείρησης. Σύμφωνα με αυτή τη διάσταση η επιχείρηση έχει «ορισμένες υποχρεώσεις» απέναντι στα μέλη της και απέναντι στην κοινωνία. Ως εκ τούτου θα δούμε, πολλές φορές δράσεις, που δεν σχετίζονται με την παραγωγική δραστηριότητα της επιχείρησης, αλλά σχετίζονται με την εταιρική κοινωνική της ευθύνη.

Ο βασικός στόχος της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους μέσα από την παραγωγική διαδικασία. Η επίτευξη της μεγιστοποίησης του κέρδους⁶ μπορεί να προέλθει είτε από την αύξηση των πωλήσεων, είτε από την ελαχιστοποίηση του κόστους. Καθοριστικοί παράγοντες για την αύξηση των πωλήσεων είναι η τιμή του προϊόντος, η ποιότητα του προϊόντος και η μοναδικότητά του. Η ελαχιστοποίηση του κόστους (ειδικά του κατά μονάδα κόστους⁷) μπορεί να προέλθει είτε από τη μείωση του κόστους της εργασίας, είτε από την αύξηση της παραγωγικότητας εξαιτίας της χρήσης των νέων τεχνολογιών.

⁶ Τα κέρδη είναι η διαφορά των εσόδων και των δαπανών. Ως εκ τούτου η μεγιστοποίηση του κέρδους μπορεί να προέλθει είτε από την αύξηση των εσόδων, είτε από τη μείωση των δαπανών.

⁷ Το κατά μονάδα κόστος είναι πόσο κοστίζει η μία μονάδα από το προϊόν. Προκύπτει αν διαιρέσουμε το συνολικό κόστος με το συνολικό αριθμό των παραγόμενων μονάδων.

Εκτός όμως από αυτούς τους στόχους η επιχείρηση μπορεί να επιδιώκει να αυξήσει το μερίδιο των πωλήσεών της για ένα συγκεκριμένο προϊόν, δηλαδή να ελέγξει μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς.

Ο συνεχής ανταγωνισμός που υπάρχει μεταξύ των επιχειρήσεων, τις οδηγεί να «ανανεώνονται», να γίνονται περισσότερο ανταγωνιστικές, να προσφέρουν ολοένα καλύτερα και νέα προϊόντα. Σύμφωνα με τον Κέφη (2005) η επιβίωση μιας επιχείρησης εξαρτάται από την ελαχιστοποίηση του κόστους, από την εξασφάλιση της ποιότητας και από την ύπαρξη σταθερών αρχών. Οι σταθερές αρχές της επιχείρησης δημιουργούν μία συγκεκριμένη σχέση τόσο μεταξύ των μελών της επιχείρησης, όσο και μεταξύ της επιχείρησης και των καταναλωτών και των προμηθευτών της. Το καλό όνομα της επιχείρησης είναι αυτό προσδίδει στην επιχείρηση ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις – ανταγωνιστές.

Σύμφωνα με τους Καλογεροπούλου και Μουρδουκούτα (2009, σ.31) οι στόχοι της επιχείρησης σχετίζονται με τις λειτουργίες της επιχείρησης⁸. Έτσι οι κοινωνικοί στόχοι αναφέρονται στην εταιρική κοινωνική ευθύνη, οι διαχειριστικοί στόχοι αναφέρονται στη μείωση του κόστους, στη βελτίωση της ποιότητας και οι επιχειρηματικοί στόχοι αναφέρονται στην ανακάλυψη νέων αγορών και νέων πόρων.

Ένας εξίσου σημαντικός στόχος μιας επιχείρησης είναι η δημιουργία αξίας για τους μετόχους της επιχείρησης (Κέφης 2005, σ.29). Τι σημαίνει «δημιουργία αξίας»; Με τον όρο αυτό εννοούμε ότι η επιχείρηση παίρνει εισροές από το περιβάλλον δεδομένης αξίας, τις μετασχηματίζει και παράγει αγαθά και υπηρεσίες μεγαλύτερης αξίας. Στην οικονομική επιστήμη χρησιμοποιούμε τον όρο «προστιθέμενη αξία» για να δείξουμε ότι από το ένα στάδιο παραγωγής σ' ένα άλλο στάδιο παραγωγής «παράγεται» αξία. Για παράδειγμα σκεφτείτε ένα φούρνο που παράγει ψωμί. Ο φούρναρης αγοράζει αλεύρι δεδομένης αξίας για να φτιάξει ψωμί. Δουλεύει το αλεύρι και έτσι φτιάχνει ζύμη που είναι έτοιμη για να ψηθεί. Στην αξία της ζύμης έχει ενσωματωθεί η αξία του αλευριού αλλά και η αξία από την εργασία του φούρναρη. Στη συνέχεια ψήνει τη ζύμη και βγαίνει το ψωμί που η αξία του είναι μεγαλύτερη από την αξία της ζύμης, αφού ενσωματώνει την αξία της ζύμης και την αξία από την εργασία του φούρναρη που έψησε το ψωμί.

Η δημιουργία αξίας στην επιχείρηση γίνεται κατανοητή μέσα από το μοντέλο των ανοικτών συστημάτων (Κέφης, 2005, σ.30). Σύμφωνα με το μοντέλο αυτό η επιχείρηση

⁸ Οι λειτουργίες της επιχείρησης είναι τρεις :η κοινωνική λειτουργία, που σχετίζεται με την εταιρική κοινωνική ευθύνη, η διαχειριστική λειτουργία που σχετίζεται με την κατανομή και τη χρήση των πόρων για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών και με την επιχειρηματική λειτουργία που σχετίζεται με την αναζήτηση και την εκμετάλλευση νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και ευκαιριών (Καλογεροπούλου και Μουρδουκούτας, 2009, σ. 29-30)

δέχεται εισροές (πρώτες ύλες, τεχνολογία, ανθρώπινο δυναμικό), τις μετασχηματίζει μέσω της διαδικασίας συναρμολόγησης, μεταποίησης και μετατροπής και παράγει νέα αγαθά μεγαλύτερης αξίας (εκροές). Η σχέση εκροών / εισροές είναι γνωστή και ως παραγωγικότητα. Με τον όρο παραγωγικότητα εννοούμε το σύνολο των εκροών που αντιστοιχούν σε συγκεκριμένη ποσότητα εισροής. Η παραγωγικότητα της επιχείρησης συνδέεται άμεσα με το κατά μονάδα κόστος της επιχείρησης (δηλαδή με το πόσο της κοστίζει μία μονάδα προϊόντος). Όσο βελτιώνεται η παραγωγικότητα, τόσο μειώνεται το κατά μονάδα κόστος. Η παραγωγικότητα μπορεί να βελτιωθεί αυξηθούν οι εκροές με αμετάβλητες τις εισροές, αν μειωθούν οι εισροές με αμετάβλητες τις εκροές, αν αυξηθούν οι εκροές και μειωθούν οι εισροές και αν αυξηθούν οι εκροές περισσότερο απ' ό,τι θα αυξηθούν οι εισροές.

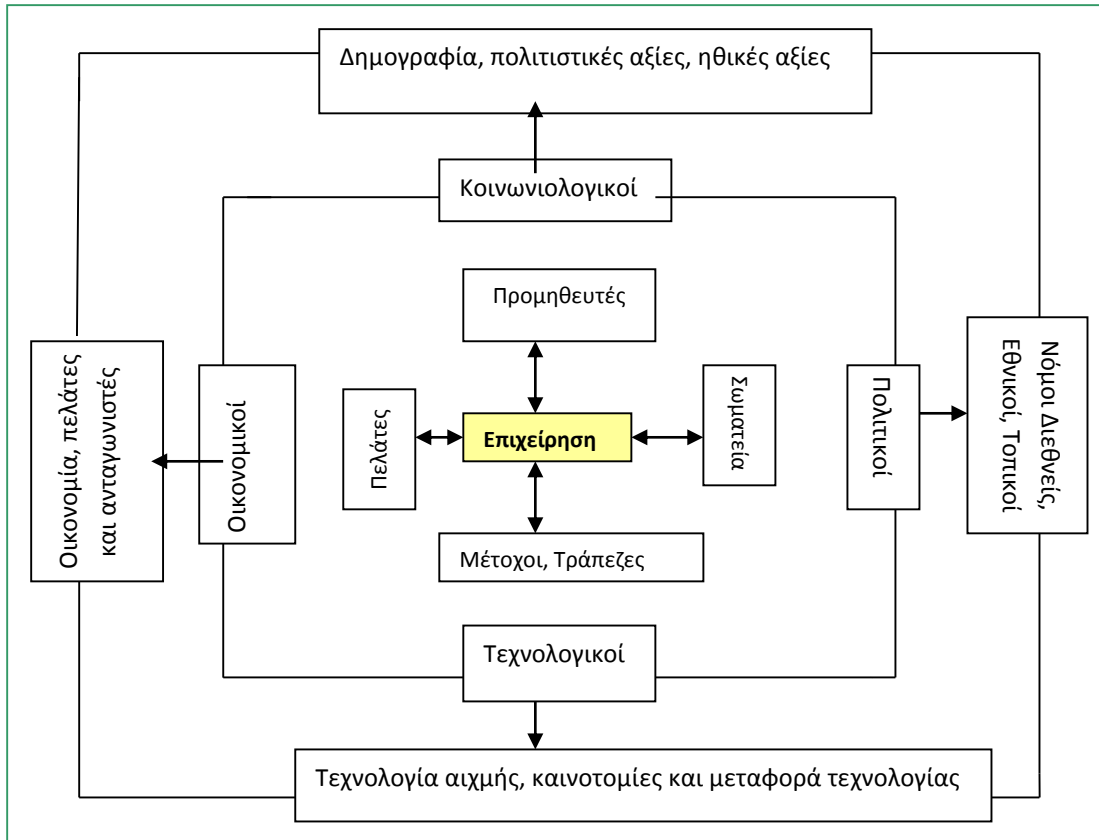
1.5.3. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ

Όπως ήδη έχουμε αναφέρει η επιχείρηση είναι οικονομική μονάδα και ως τέτοια δεν λειτουργεί απομονωμένα από τις υπόλοιπες οικονομικές και κοινωνικές μονάδες. Είναι ενταγμένη μέσα σ' ένα ευρύτερο περιβάλλον και οι αλλαγές που συμβαίνουν στο περιβάλλον αυτό επηρεάζουν και την ίδια τη λειτουργία της επιχείρησης, καθώς επίσης και αλλαγές που συμβαίνουν εντός της επιχείρησης επηρεάζουν το ίδιο το περιβάλλον. Για παράδειγμα η κυβέρνηση αποφασίζει να αυξήσει τους φορολογικούς συντελεστές για τις επιχειρήσεις. Είναι μία αλλαγή στο εξωτερικό περιβάλλον που θα επηρεάσει τη λειτουργία της επιχείρησης (για παράδειγμα η επιχείρηση αποφασίζει να μην επενδύσει, να απολύσει εργαζομένους κ.α.). Αντίστοιχα μπορούμε να υποθέσουμε ότι η επιχείρηση αποφασίζει να αλλάξει νομική μορφή, αποφασίζει να ενταχθεί στο χρηματιστήριο κλπ. Αυτό δείχνει μία αλλαγή στο εσωτερικό της επιχείρησης η οποία με τη σειρά της θα επηρεάσει τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις, τις τράπεζες κ.α.

Με τον όρο περιβάλλον εννοούμε ένα σύνολο παραγόντων που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με την επιχείρηση, την επηρεάζουν αλλά και επηρεάζονται από αυτήν. Το περιβάλλον το διακρίνουμε σε εσωτερικό και σε εξωτερικό περιβάλλον. Το εξωτερικό περιβάλλον είναι το σύνολο των παραγόντων που δρουν έξω από την επιχείρηση και την επηρεάζουν. Οι παράγοντες αυτοί είναι οικονομικοί (π.χ. το σύνολο των παραγωγικών μέσων, το επίπεδο ανάπτυξης της χώρας κ.α), πολιτικοί (π.χ. το πολιτικό καθεστώς, ο τύπος της κρατικής παρέμβασης στην οικονομία, το επίπεδο της γραφειοκρατίας κ.α), θεσμικοί (π.χ. η νομοθεσία της χώρας, το θεσμικό πλαίσιο κ.α), κοινωνικοί (π.χ. η διάρθρωση της κοινωνίας, η κινητικότητα των πολιτών, η δύναμη των εργατικών σωματείων κ.α.) και τεχνολογικοί (π.χ. το επίπεδο της τεχνολογίας, το επίπεδο των γνώσεων, οι εμπειρίες, οι

δεξιότητες κ.α.). Στο εξωτερικό περιβάλλον ανήκουν οι πελάτες, οι προμηθευτές, οι ανταγωνιστές, το κράτος κ.α. Στο ακόλουθο διάγραμμα παρουσιάζεται το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης⁹.

Διάγραμμα 2 : Το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης



Από το ανωτέρω διάγραμμα βλέπουμε ότι το εξωτερικό περιβάλλον αποτελείται από τους οικονομικούς, κοινωνικούς, πολιτικούς και τεχνολογικούς παράγοντες οι οποίοι περιβάλλουν την επιχείρηση και επηρεάζουν τη λειτουργία της. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο είναι σημαντικές οι σχέσεις (αμφίδρομες) που δημιουργούνται μεταξύ επιχείρησης και πελατών, επιχείρησης και μετόχων και τραπεζών, επιχείρησης και σωματείων και επιχείρησης και προμηθευτών.

Το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης είναι το σύνολο των παραγόντων που την επηρεάζουν και βρίσκονται σε άμεση συσχέτιση μεταξύ τους. Οι παράγοντες του εσωτερικού περιβάλλοντος είναι οι ανθρώπινοι και φυσικοί πόροι, οι τεχνολογικοί και οι οικονομικοί πόροι. Οι εσωτερικοί παράγοντες αποτελούν τις εισροές στα πλαίσια του μοντέλου των ανοικτών συστημάτων.

⁹ βλ. Montana J.P., Charnov H.B. (2002, σ.93).

Κάθε φορά που υπάρχουν μεταβολές στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, η επιχείρηση θα πρέπει να προσαρμόζεται σε αυτό. Το εξωτερικό περιβάλλον μπορεί να επηρεάσει θετικά, αλλά και αρνητικά την επιχείρηση. Σύμφωνα με τον Porter¹⁰ υπάρχουν κίνδυνοι που απειλούν μία επιχείρηση και μπορούν να ομαδοποιηθούν σε πέντε κατηγορίες :

- Είσοδος νέων επιχειρήσεων στον κλάδο
- Είσοδος επιχειρήσεων που παράγουν υποκατάστατα προϊόντα
- Ο ολοένα αυξανόμενος ανταγωνισμός μεταξύ των ήδη υπάρχουσών επιχειρήσεων
- Η διαπραγματευτική ισχύς των πελατών – αγοραστών
- Η διαπραγματευτική ισχύς των προμηθευτών

1.6. ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Έχοντας ολοκληρώσει τη μελέτη αυτού του κεφαλαίου θα πρέπει να είστε σε θέση να απαντήσετε :

- τι είναι επιχείρηση
- τι είναι επιχειρηματίας και τι είναι επιχειρηματικότητα
- ποια είναι τα είδη της επιχείρησης
- ποια είναι η δομή της επιχείρησης
- τι σημαίνει δομή των αποφάσεων
- τι είναι ιεραρχική και μη ιεραρχική δομή
- τι είναι η δομή της επικοινωνίας και τα δίκτυα επικοινωνίας
- ποιο είναι το όραμα, οι σκοποί και οι στόχοι της επιχείρησης
- τι είναι το μοντέλο των ανοικτών συστημάτων
- τι σημαίνει ότι η επιχείρηση παράγει περισσότερη αξία
- τι σημαίνει παραγωγικότητα
- ποιο είναι το περιβάλλον και η σχέση του με την επιχείρηση
- τι σημαίνει εσωτερικό και τι εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης
- ποιοι είναι οι κίνδυνοι που απειλούν την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης

¹⁰ Αναφέρεται από τον Κέφη (2005, σ. 36)

1.7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Καλογεροπούλου, Μ., Μουρδουκούτας, Π. (2009). *Υπηρεσίες Υγείας. Οργάνωση και Αποδοτικότητα, Ποιότητα*, εκδ. Κλειδάριθμος, Αθήνα.
- Κέφης, Β. (2005). *Ολοκληρωμένο μάνατζμεντ. Βασικές αρχές για σύγχρονες οικονομικές μονάδες*, εκδ. Κριτική, Αθήνα.
- Montana J.P., Charnov, H.B. (2002), *Μάνατζμεντ*, εκδ. Κλειδάριθμος, Αθήνα.
- Μπουραντάς, Δ. (2002). *Μάνατζμεντ. Θεωρητικό υπόβαθρο. Σύγχρονες Πρακτικές*, εκδ. Γ. Μπένου, Αθήνα.
- Williams, K., Johnson, B. (2005). *Εισαγωγή στο μάνατζμεντ. Ένας πρακτικός οδηγός ανάπτυξης*, εκδ. Κριτική, Αθήνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ : Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΥΠΟ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ

2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Όπως ο καταναλωτής επηρεάζεται από την αβεβαιότητα που υπάρχει στο οικονομικό περιβάλλον, έτσι και οι αποφάσεις των επιχειρήσεων επηρεάζονται από τις συνθήκες αβεβαιότητας που επικρατούν. Οι συνθήκες αβεβαιότητας επηρεάζουν την τιμή του προϊόντος και την παραγόμενη ποσότητα και ως εκ τούτου τα κέρδη της επιχείρησης. Ο τρόπος με τον οποίο η επιχείρηση αποφασίζει τι θα παράγει και σε ποια τιμή θα το πουλήσει για να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της είναι διαφορετικός στην περίπτωση όπου επικρατεί αβεβαιότητα σε σχέση με την περίπτωση που επικρατεί βεβαιότητα. Έχοντας ολοκληρώσει τη μελέτη αυτού του κεφαλαίου θα πρέπει να είστε σε θέση να γνωρίζετε :

- τι είναι γραμμή ίσου κόστους και καμπύλη ίσου προϊόντος
- τι είναι συνολικό, μέσο και οριακό προϊόν
- τι είναι οριακό και μέσο κόστος
- τι είναι το οριακό έσοδο
- πως η επιχείρηση αποφασίζει για την ποσότητα της εργασίας που θα χρησιμοποιήσει στη βραχυχρόνια περίοδο υπό καθεστώς βεβαιότητας
- πως η επιχείρηση αποφασίζει για τον άριστο συνδυασμό μεταξύ εργασίας και κεφαλαίου υπό καθεστώς βεβαιότητας
- πως καθορίζει την ποσότητα του προϊόντος που θα πωλήσει στην τιμή που έχει καθοριστεί στην αγορά ώστε να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της
- πως η αβεβαιότητα επηρεάζει τις επιχειρηματικές αποφάσεις
- πως η επιχείρηση αποφασίζει για το παραγόμενο προϊόν όταν επικρατούν συνθήκες αβεβαιότητας
- με ποιους τρόπους η επιχείρηση αντιδρά και προφυλάσσεται από την αβεβαιότητα και τον κίνδυνο
- τι είναι η αγορά μελλοντικής παράδοσης

2.2. ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Στα πλαίσια της διαδικασίας λειτουργίας της επιχείρησης λαμβάνονται αποφάσεις που έχουν ως σκοπό να επιτευχθούν οι στόχοι που έχουν τεθεί από τη διοίκηση της επιχείρησης. Σύμφωνα με την οικονομική επιστήμη ο βασικός σκοπός της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους. Αν πρόκειται για μία εμπορική επιχείρηση, η οποία αγοράζει τα προϊόντα από άλλη επιχείρηση και τα πουλά στους καταναλωτές, η έννοια της μεγιστοποίησης του κέρδους αναφέρεται στην ουσία στη διαφορά μεταξύ τιμής αγοράς και τιμής πώλησης. Οι αποφάσεις που πρέπει να λάβει η επιχείρηση αφορούν : α) το ύψος της τιμής αγοράς του προϊόντος, β) την τιμή που θα πουλήσει το προϊόν της και γ) στο πως θα πουλήσει όλη την αγοραζόμενη ποσότητα. Θα μπορούσε να υποστηρίξει κάποιος ότι μέσα στην έννοια του κόστους της δεν υπάρχει μόνο η τιμή της αγοράς του προϊόντος, αλλά και άλλα κόστη όπως ενοίκια, μισθοί υπαλλήλων κ.α και ότι θα πρέπει να αποφασίσει και για το ύψος αυτών των ειδών κόστους. Αν η επιχείρηση είναι παραγωγική (αγοράζει, οργανώνει παραγωγικούς συντελεστές, παράγει προϊόντα και τα οποία και τα πουλά) το πλήθος των αποφάσεων που πρέπει να λάβει η επιχείρηση είναι μεγάλο και πολύπλοκο. Η επιχείρηση θα πρέπει να αποφασίσει για την ποσότητα και το είδος των παραγωγικών συντελεστών που θα αγοράσει, για το τι τεχνικές θα χρησιμοποιήσει στην παραγωγική διαδικασία, για την ποιότητα του προϊόντος που θα παράγει κ.α.

Εκτός όμως του στόχου της μεγιστοποίησης του κέρδους η επιχείρηση μπορεί να έχει είτε άλλους στόχους, είτε και άλλους παράλληλους στόχους. Για παράδειγμα η επιχείρηση μπορεί να λειτουργεί και να έχει ζημιές. Στόχος της είναι να έχει όσο γίνεται λιγότερες ζημιές για να μπορέσει κάποια στιγμή να έχει και κέρδη. Άλλοι στόχοι που θα μπορούσαν να είναι και παράλληλοι στόχοι είναι η μεγιστοποίηση του μεριδίου των πωλήσεων στην αγορά κ.α.

Οι αποφάσεις που η επιχείρηση πρέπει να λάβει μπορούν να γίνουν είτε υπό συνθήκες βεβαιότητας, είτε υπό συνθήκες αβεβαιότητας. Οι αποφάσεις που λαμβάνει η επιχείρηση αφορούν είτε το παρόν, είτε το μέλλον της επιχείρησης. Ως εκ τούτου υπάρχουν αποφάσεις που αφορούν είτε το παρόν, είτε το μέλλον της επιχείρησης υπό καθεστώς βεβαιότητας ή αβεβαιότητας.

Αν χρονικός ορίζοντας της επιχείρησης είναι το παρόν και λειτουργεί μέσα σε καθεστώς βεβαιότητας (έχει πλήρη πληροφόρηση και ακριβείς προβλέψεις), τότε το κατάλληλο κριτήριο λήψης αποφάσεων για τη μεγιστοποίηση της αξίας των ιδίων κεφαλαίων της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του βραχυπρόθεσμου κέρδους. Αν ο χρονικός ορίζοντας της επιχείρησης δεν είναι το παρόν, αλλά το μέλλον, τότε η μεγιστοποίηση της

παρούσας αξίας των κερδών¹¹, σημερινών και μελλοντικών, αποτελεί το κατάλληλο κριτήριο λήψης αποφάσεων για τη μεγιστοποίηση των ιδίων κεφαλαίων της επιχείρησης. Αν η επιχείρηση λειτουργεί υπό καθεστώς αβεβαιότητας, τότε το κατάλληλο κριτήριο για τη μεγιστοποίηση των ιδίων κεφαλαίων είναι η μεγιστοποίηση της προσδοκώμενης αξίας των βραχυπρόθεσμων κερδών της επιχείρησης. Αν ο χρονικός ορίζοντας των αποφάσεων που πρέπει να λάβει η επιχείρηση επεκτείνεται στο μέλλον, τότε το κατάλληλο κριτήριο – υπό συνθήκες αβεβαιότητας- είναι η μεγιστοποίηση της παρούσας αξίας των προσδοκώμενων κερδών.

Σε γενικές γραμμές μπορούμε να υποστηρίξουμε ότι η λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων γίνεται κυρίως υπό συνθήκες αβεβαιότητας. Για παράδειγμα θέλουμε να επενδύσουμε ένα ποσό χρημάτων και έχουμε μπροστά μας δύο επιχειρηματικά σχέδια (project). Το ορθολογικό είναι να επενδύσουμε σε αυτό που θα αποφέρει τα υψηλότερα κέρδη. Αν γνωρίζαμε εκ των προτέρων ποιο θα αποφέρει τα υψηλότερα κέρδη, δεν θα υπήρχε κανένα πρόβλημα και η απόφαση θα λαμβανόταν υπό καθεστώς βεβαιότητας. Το ζητούμενο είναι ότι η πραγματικότητα είναι διαφορετική. Δεν γνωρίζουμε εκ των προτέρων τις αποδόσεις και η απόφαση που πρέπει να λάβουμε είναι υπό καθεστώς αβεβαιότητας.

Οι επιχειρήσεις μπορεί να αντιμετωπίζουν δύο τύπους αβεβαιότητας. Η πρώτη είναι η τεχνολογική αβεβαιότητα. Με τον όρο αυτό εννοούμε ότι η ποσότητα του παραγόμενου προϊόντος είναι αβέβαιη. Για παράδειγμα η παραγωγή σιτηρών εξαρτάται από τις συγκεκριμένες καιρικές συνθήκες, αλλά και από την ποσότητα σπόρων και λιπασμάτων που θα χρησιμοποιηθούν κ.α. Η δεύτερη αβεβαιότητα που η επιχείρηση αντιμετωπίζει ονομάζεται αβεβαιότητα αγοράς. Με τον όρο αυτό εννοούμε ότι οι τιμές στις οποίες συναλλάσσεται στις αγορές παραγωγικών συντελεστών και προϊόντων είναι αβέβαιες. Η αβεβαιότητα σχετικά με τις τιμές, μπορεί να προέλθει από την πλευρά της προσφοράς προϊόντος (για παράδειγμα άσχημες καιρικές συνθήκες μειώνουν την παραγόμενη ποσότητα με αποτέλεσμα να αυξηθεί η τιμή του παραγόμενου προϊόντος. Μπορεί όμως να προέλθει και από την πλευρά της ζήτησης αν αυξηθεί σημαντικά και χωρίς να το περιμένουμε η ζήτηση για το συγκεκριμένο προϊόν.

¹¹ Με τον όρο «παρούσα αξία» εννοούμε το ποσό των χρημάτων που πρέπει σήμερα να επενδύσουμε για να έχουμε μετά από κάποιο χρονικό διάστημα ποσό ίσο με R. Εναλλακτικά με τον όρο παρούσα αξία εννοούμε την αξία που έχει σήμερα μία επένδυση R στο μέλλον.

2.3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΥΠΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ

2.3.1. ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΟΤΑΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ

2.3.1.1. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΠΟΣΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕΝΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΣΤΗ ΒΡΑΧΥΧΡΟΝΙΑ ΠΕΡΙΟΔΟ

Η επιχείρηση έχει να λάβει δύο σημαντικές αποφάσεις. Η πρώτη αφορά τον καθορισμό των προϊόντων που θα παράγει και τον τρόπο με τον οποίο θα τα παράγει. Ο τρόπος με τον οποίο θα παράγει τα προϊόντα εξαρτάται από τον συνδυασμό των παραγωγικών συντελεστών και κυρίως της εργασίας με το κεφάλαιο. Στη βραχυχρόνια περίοδο, δηλαδή σε περίοδο μικρότερη του ενός έτους, ο μόνος παραγωγικός συντελεστής που είναι μεταβλητός είναι η εργασία. Με άλλα λόγια στη βραχυχρόνια περίοδο ο επιχειρηματίας μπορεί να διαφοροποιήσει το παραγόμενο προϊόν μόνο μεταβάλλοντας την ποσότητα του παραγωγικού συντελεστή εργασία. Η σχέση μεταξύ του παραγόμενου προϊόντος και της ποσότητας του παραγωγικού συντελεστή εργασία δίνεται μέσα από τη συνάρτηση παραγωγής :

$$Q = f(L)$$

όπου :

Q = το παραγόμενο προϊόν

L = η ποσότητα της εργασίας που χρησιμοποιείται

Η σχέση μεταξύ του παραγόμενου προϊόντος και της ποσότητας του παραγωγικού συντελεστή εργασία είναι θετική. Αυτό σημαίνει ότι όσο αυξάνεται η ποσότητα της χρησιμοποιούμενης εργασίας, τόσο αυξάνεται και η ποσότητα του παραγόμενου προϊόντος.

Το παραγόμενο προϊόν διακρίνεται σε συνολικό, μέσο και οριακό προϊόν. Με τον όρο συνολικό προϊόν (TP) εννοούμε το σύνολο του παραγόμενου προϊόντος από μία δεδομένη ποσότητα εργασίας. Με τον όρο μέσο προϊόν (ή παραγωγικότητα της εργασίας) (AP_L) εννοούμε το προϊόν ανά μονάδα εργασίας, δηλαδή πόσες μονάδες προϊόντος αντιστοιχούν σε μία μονάδα εργασίας. Με τον όρο οριακό προϊόν (ή οριακή παραγωγικότητα της εργασίας) (MP_L) εννοούμε το επιπλέον προϊόν που παράγεται από τη χρήση μίας επιπλέον μονάδας εργασίας

Στον ακόλουθο πίνακα απεικονίζονται το συνολικό, μέσο και οριακό προϊόν.

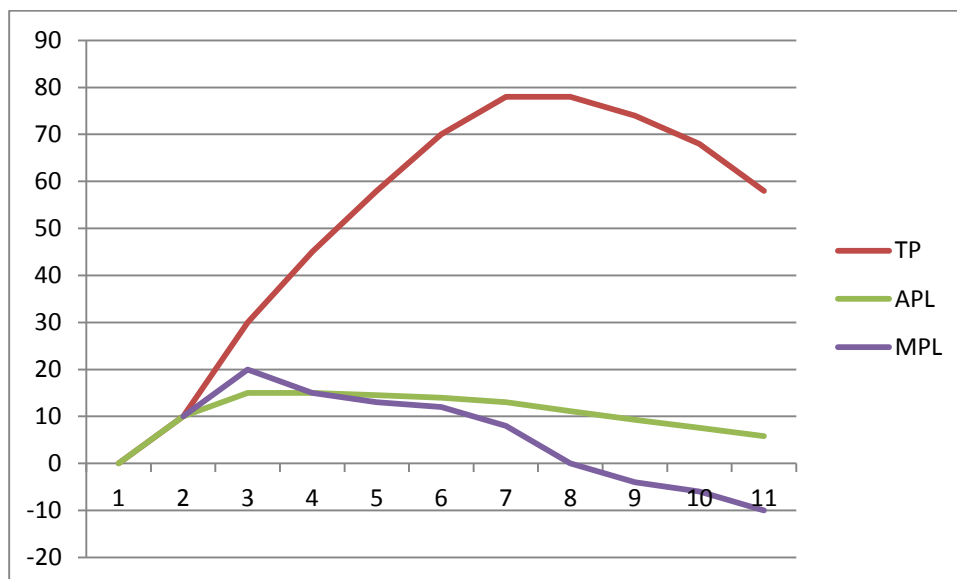
Πίνακας 1 : Συνολικό, Μέσο και Οριακό Προϊόν

Ποσότητα εργασίας (L)	Συνολικό προϊόν (TP)	Μέσο Προϊόν (MP _L)	Οριακό Προϊόν (AP _L)
0	0	0,0	
1	10	10,0	10,0
2	30	15,0	20,0
3	45	15,0	15,0
4	58	14,5	13,0
5	70	14,0	12,0
6	78	13,0	8,0
7	78	11,1	0,0
8	74	9,3	-4,0
9	68	7,6	-6,0
10	58	5,8	-10,0

Με βάση το ανωτέρω πίνακα παρατηρούμε τα ακόλουθα :

- το συνολικό παραγόμενο προϊόν αυξάνεται όσο η ποσότητα της εργασίας αυξάνεται. Φτάνει όμως σ' ένα σημείο όπου εκεί έχει παραχθεί το μέγιστο προϊόν και στη συνέχεια μειώνεται υποδεικνύοντας ότι η αύξηση της εργασίας γίνεται σε βάρος του άλλου παραγωγικού συντελεστή που είναι το κεφάλαιο και για να αυξηθεί περαιτέρω το προϊόν θα πρέπει να αυξηθεί και το κεφάλαιο. Σκεφτείτε ότι σ' ένα χώρο υπάρχουν 6 γραφεία και έχουμε τοποθετήσει 8 υπαλλήλους. Εξυπακούεται ότι οι δύο υπάλληλοι δεν θα εργάζονται, αφού δεν έχουν γραφείο, και ότι το παραγόμενο προϊόν θα είναι μικρότερο απ' ότι θα ήταν αν χρησιμοποιούσαμε 6 εργαζόμενους. Στο παράδειγμά μας με έξι μονάδες εργασίας παράγεται το μέγιστο προϊόν που είναι 78 μονάδες. Στη συνέχεια όσο αυξάνουμε την εργασία το συνολικό παραγόμενο προϊόν μειώνεται
- το μέσο προϊόν στην αρχή αυξάνεται, φτάνει σ' ένα μέγιστο και στη συνέχεια μειώνεται
- το οριακό προϊόν στην αρχή αυξάνεται και είναι και μεγαλύτερο από το μέσο προϊόν, στη συνέχεια μειώνεται και ισούται με το μέσο προϊόν όταν αυτό είναι μέγιστο. Στο τέλος το οριακό προϊόν γίνεται αρνητικό δείχνοντας ότι η αύξηση της εργασίας πέρα από ένα όριο, δεν αυξάνει το παραγόμενο προϊόν, τουναντίον το μειώνει

Διάγραμμα 1 : Συνολικό, μέσο και οριακό προϊόν



Το ερώτημα που πρέπει να απαντήσει ο επιχειρηματίας είναι το πώς θα καθορίσει την άριστη ποσότητα εργασίας που χρειάζεται για να μεγιστοποιεί τα κέρδη του. Είναι λογικό ότι θα παράγει εκείνο το επίπεδο προϊόντος όπου το μέσο προϊόν (δηλαδή το προϊόν ανά εργάτη) είναι το μέγιστο.

2.3.1.2. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΠΟΣΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕΝΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΣΤΗ ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΑ ΠΕΡΙΟΔΟ

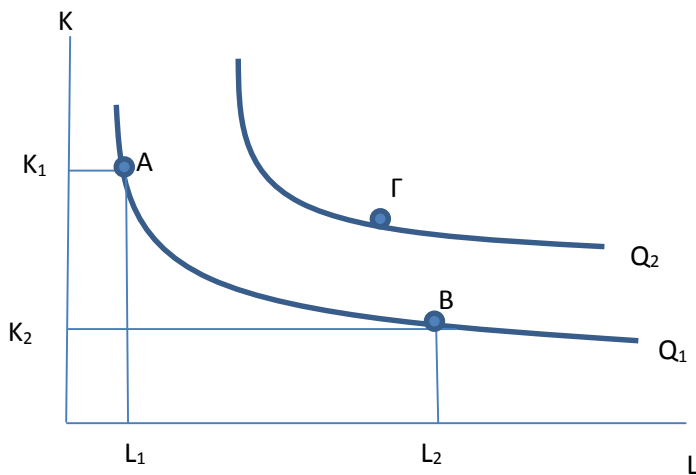
Στη μακροχρόνια περίοδο μεταβάλλεται η ποσότητα και του παραγωγικού συντελεστή εργασία και του παραγωγικού συντελεστή κεφάλαιο. Ως εκ τούτου ο επιχειρηματίας θα πρέπει να καθορίσει τόσο την ποσότητα του παραγωγικού συντελεστή εργασία, όσο και του παραγωγικού συντελεστή κεφάλαιο για να παράγει εκείνη την ποσότητα που του μεγιστοποιεί τα κέρδη του. Για να το πούμε με άλλα λόγια ο επιχειρηματίας θα πρέπει να καθορίσει τον άριστο συνδυασμό εργασίας και κεφαλαίου για τον οποίο παράγει εκείνη την ποσότητα του προϊόντος που μεγιστοποιεί τα κέρδη του. Βασική υπόθεση είναι ότι υπάρχει η δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ εργασίας και κεφαλαίου. Η δυνατότητα υποκατάστασης είναι εφικτή αν συγκρίνουμε τις τιμές των παραγωγικών συντελεστών και θεωρήσουμε ότι η αύξηση της τιμής του ενός παραγωγικού συντελεστή μας αυξάνει σημαντικά το κόστος σε σχέση με το παραγόμενο προϊόν και με τον

τρόπο αυτό μπορούμε να τον υποκαταστήσουμε με τον άλλο παραγωγικό συντελεστή. Σκεφτείτε ότι είναι μία επιχείρηση η οποία χρησιμοποιεί κυρίως εργασία αντί για κεφάλαιο. Πως θα αντιδράσει η επιχείρηση σε μία σημαντική αύξηση των μισθών ; Είναι σαφές ότι η αύξηση των μισθών θα οδηγήσει σε αύξηση του κόστους παραγωγής χωρίς κατ' ανάγκη να αυξηθεί το παραγόμενο προϊόν. Οπότε ο επιχειρηματίας σκέφτεται να εκσυγχρονίσει τεχνολογικά την επιχείρησή του, το οποίο στην πράξη σημαίνει ότι θα μειώσει τις θέσεις εργασίας αλλά θα αυξήσει σημαντικά την παραγωγικότητά του χρησιμοποιώντας τη νέα τεχνολογία.

Πως λοιπόν ο επιχειρηματίας θα αποφασίσει για την ποσότητα των παραγωγικών συντελεστών που θα χρησιμοποιήσει ;

Η καμπύλη ίσου προϊόντος δείχνει όλους τους διαφορετικούς συνδυασμούς μεταξύ εργασίας και κεφαλαίου για τους οποίους το παραγόμενο προϊόν είναι το ίδιο.

Διάγραμμα 2 : Καμπύλη ίσου προϊόντος

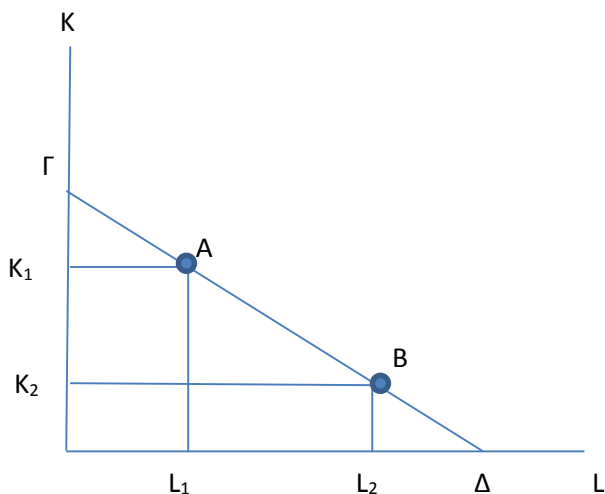


Οι συνδυασμοί A και B δείχνουν ότι το ίδιο επίπεδο προϊόντος (Q_1) μπορεί να παραχθεί από διαφορετικούς συνδυασμούς εργασίας και κεφαλαίου. Η διαφορά μεταξύ του A και του B είναι ότι ο συνδυασμός A στηρίζεται κυρίως στη χρήση κεφαλαίου, ενώ ο B στηρίζεται κυρίως στη χρήση εργασίας. Ο συνδυασμός Γ , ο οποίος ευρίσκεται σε υψηλότερη καμπύλη ίσου προϊόντος, δείχνει ότι παράγεται περισσότερο προϊόν από το προϊόν που παράγεται από τον συνδυασμό A ή τον συνδυασμό B .

Ο οριακός λόγος τεχνικής υποκατάστασης ($O\Lambda T Y_{LK}$) εργασίας σε κεφάλαιο μας δείχνει πόσες μονάδες μειώνεται το κεφάλαιο για να αυξηθεί η εργασία κατά μία μονάδα και να συνεχίσει να παράγεται το ίδιο προϊόν.

Αυτό που λείπει από τη θεωρία της καμπύλης ίσου προϊόντος είναι η έννοια του κόστους. Ο επιχειρηματίας αντιμετωπίζει ένα συγκεκριμένο περιορισμό από τη στιγμή που τα χρήματα που διαθέτει είναι σταθερά και πρέπει να αγοράσει τους παραγωγικούς συντελεστές καταβάλλοντας την τιμή τους. Ως εκ τούτου η γραμμή ίσου κόστους μας δείχνει όλους τους διαφορετικούς συνδυασμούς εργασίας και κεφαλαίου για τους οποίους το συνολικό κόστος είναι το ίδιο.

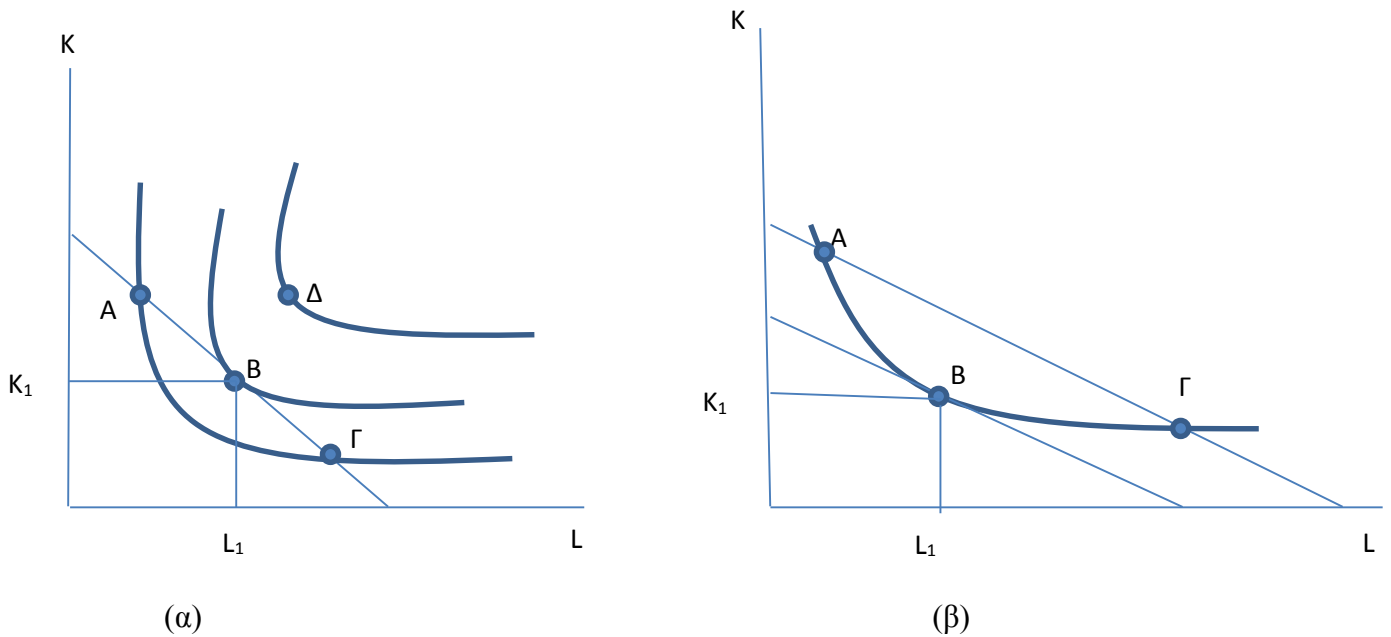
Διάγραμμα 3 : Γραμμή ίσου κόστους



Η γραμμή ίσου κόστους (ΓΔ) δείχνει ότι οι συνδυασμοί Α και Β συνδυάζουν διαφορετικές ποσότητες εργασίας και κεφαλαίου, αλλά το συνολικό κόστος παραμένει σταθερό. Ως εκ τούτου ο σκοπός του επιχειρηματία είναι :

- α) με δεδομένο το κόστος να παράγει όσο γίνεται περισσότερο προϊόν (διάγραμμα 4α)
- β) με δεδομένο το παραγόμενο προϊόν να το παράγει όσο γίνεται με το μικρότερο δυνατό κόστος

Διάγραμμα 4 : Σημείο Ισοροπίας στο παραγωγό



Το σημείο ισοροπίας στο διάγραμμα (4α) είναι το σημείο B όπου με δεδομένο το κόστος (που δίνεται από τη γραμμή ίσου κόστους) παράγεται το μεγαλύτερο επίπεδο προϊόντος. Ομοίως στο διάγραμμα (4β) το σημείο ισοροπίας είναι το σημείο B όπου με δεδομένο το επίπεδο προϊόντος (που δίνεται από την καμπύλη ίσου προϊόντος) η παραγωγή του γίνεται με το ελάχιστο δυνατό κόστος.

Το βασικό στοιχείο της ανάλυσης που έχουμε κάνει μέχρι τώρα είναι ότι ο παραγωγός γνωρίζει επακριβώς τις τιμές των παραγωγικών συντελεστών ώστε να αποφασίσει τι θα παράγει, καθώς επίσης και το επίπεδο του παραγόμενου προϊόντος. Δηλαδή δεν υπάρχουν απρόβλεπτες μεταβολές (π.χ. όπως καιρικές συνθήκες) οι οποίες μπορούν να επηρεάσουν το επίπεδο του παραγόμενου προϊόντος.

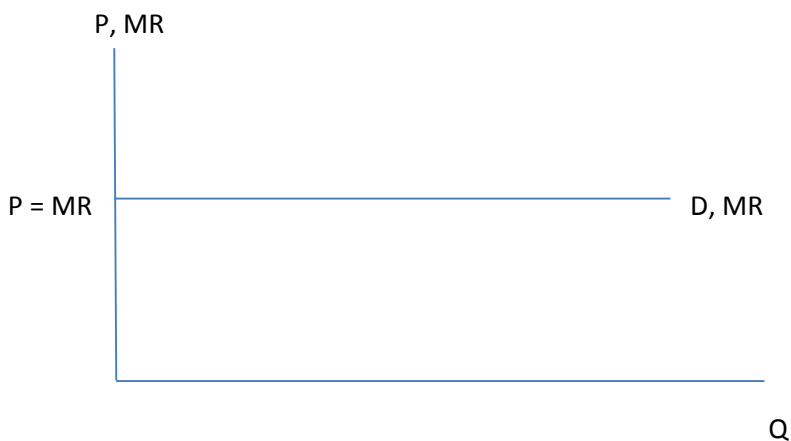
2.3.2. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΜΕΓΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΚΕΡΔΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ο καθορισμός της ποσότητας του παραγόμενου προϊόντος και της τιμής που θα το πουλήσει καθορίζει και το ύψος του κέρδους που η επιχείρηση κάνει. Βασική υπόθεση είναι η μορφή της αγοράς, δηλαδή ποια είναι η δομή του κλάδου μέσα στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Η μορφή του κλάδου που θεωρείται – με βάση την οικονομική θεωρία – ως η άριστη, είναι η τελείως ανταγωνιστική. Στα πλαίσια μιας τελείως

ανταγωνιστικής αγοράς ο αριθμός των επιχειρήσεων, αλλά και των καταναλωτών είναι τόσο μεγάλος ώστε η τιμή καθορίζεται από τη ζήτηση και την προσφορά και είναι δεδομένη τόσο για τις επιχειρήσεις, όσο και για τους καταναλωτές. Ως εκ τούτου η επιχείρηση γνωρίζει εκ των προτέρων την τιμή και σε αυτή την τιμή αποφασίζει με δεδομένο το κόστος των παραγωγικών συντελεστών τι θα παράγει ώστε να μεγιστοποιήσει το κέρδος της.

Η λογική πάνω στην οποία στηρίζεται η ανάλυση των αποφάσεων του παραγωγού είναι η εξίσωση του οριακού κόστους με το οριακό έσοδο. Με τον όρο οριακό κόστος (MC) εννοούμε το επιπλέον κόστος που έχει η επιχείρηση όταν θέλει να παράγει μία επιπλέον μονάδα. Με τον όρο οριακό έσοδο (MR) εννοούμε το επιπλέον έσοδο που έχει η επιχείρηση όταν πουλάει μία επιπλέον μονάδα. Επειδή η τιμή της επιχείρησης είναι δεδομένη, το επιπλέον έσοδο που εισπράττει ισούται με την τιμή ($MR = P$) και η καμπύλη οριακού εσόδου είναι μία σταθερή γραμμή στο ύψος της τιμής.

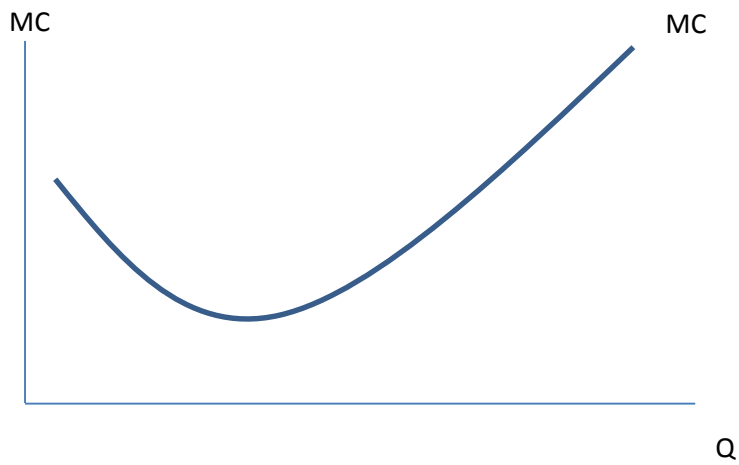
Διάγραμμα 5 : Καμπύλη οριακού εσόδου



Στο ανωτέρω διάγραμμα παρατηρούμε ότι η καμπύλη ζήτησης D ταυτίζεται με την καμπύλη οριακού εσόδου MR και η τιμή P ισούται με το οριακό έσοδο.

Αντίθετα η καμπύλη οριακού κόστους στην αρχή φθίνει, δηλαδή το οριακό κόστος μειώνεται, φτάνει σ' ένα ελάχιστο και στη συνέχεια αυξάνεται. Η μείωση του οριακού κόστους μας δείχνει ότι στην αρχή της παραγωγικής διαδικασίας δε χρησιμοποιείται επαρκώς το κεφάλαιο σε σχέση με την εργασία και ως εκ τούτου όσο αυξάνουμε την εργασία, αυξάνουμε και τη χρήση του κεφαλαίου με αποτέλεσμα να βελτιώνεται η παραγωγικότητα της επιχείρησης και το επιπλέον κόστος για την παραγωγή μιας επιπλέον μονάδας μειώνεται. Όταν όμως χρησιμοποιηθεί πλήρως και το κεφάλαιο, η συνεχιζόμενη αύξηση της εργασία αυξάνει το παραγόμενο προϊόν αλλά με ολοένα και περισσότερο κόστος.

Διάγραμμα 6 : Καμπύλη οριακού κόστους



Ο επιχειρηματίας αποφασίζει να παράγει περισσότερο μόνο όταν $MR > MC$

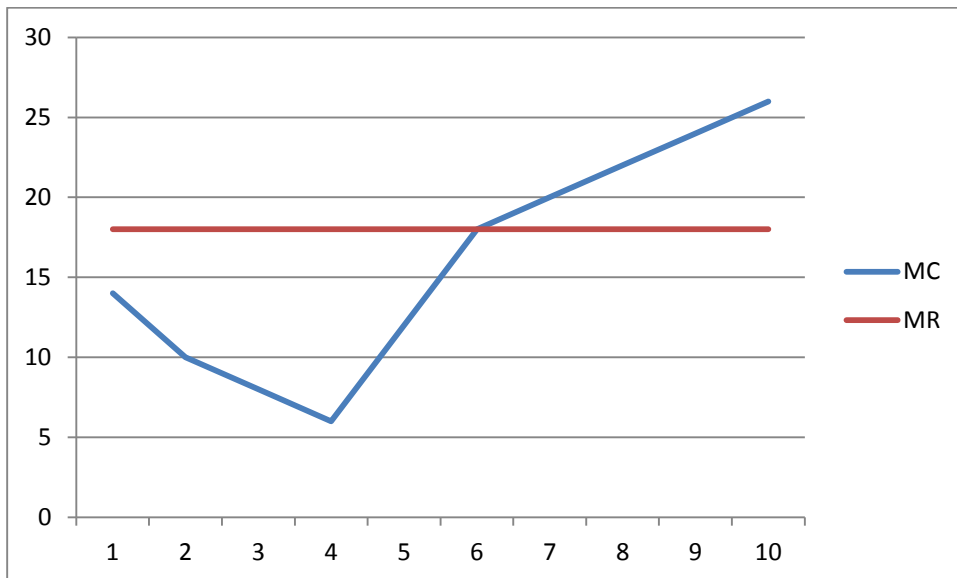
Άρα όταν :

$MR > MC$ ο επιχειρηματίας αποφασίζει να παράγει τη συγκεκριμένη μονάδα γιατί το έσοδό του είναι μεγαλύτερο από το κόστος

$MR < MC$, ο επιχειρηματίας αποφασίζει να μην παράγει τη συγκεκριμένη μονάδα γιατί το όφελος είναι μικρότερο από το κόστος

$MR = MC$, είναι το σημείο ισορροπίας όπου ο επιχειρηματίας δεν έχει κίνητρο να αυξήσει ή να μειώσει περαιτέρω την παραγωγή προϊόντος και ως εκ τούτου έχει αποφασίσει ποια ποσότητα θα παράγει για την οποία μεγιστοποιεί το κέρδος του.

Διάγραμμα 7 : Ισορροπία του παραγωγού



Όπως αναφέραμε προηγουμένως ο επιχειρηματίας μεγιστοποιεί τα κέρδη του αποφασίζοντας την ποσότητα που θα πουλήσει σε μία δεδομένη τιμή. Την τιμή αυτή την γνωρίζει εκ των προτέρων και ως εκ τούτου προσδιορίζει πόσο θέλει να παράγει και να πουλήσει. Το κέρδος του προκύπτει ως η διαφορά συνολικών εσόδων και συνολικού κόστους.

$$\Pi = TR - TC = P \cdot Q - (FC + VC)$$

όπου :

Π = κέρδη

TR = συνολικά έσοδα

TC = συνολικό κόστος

P = τιμή του προϊόντος

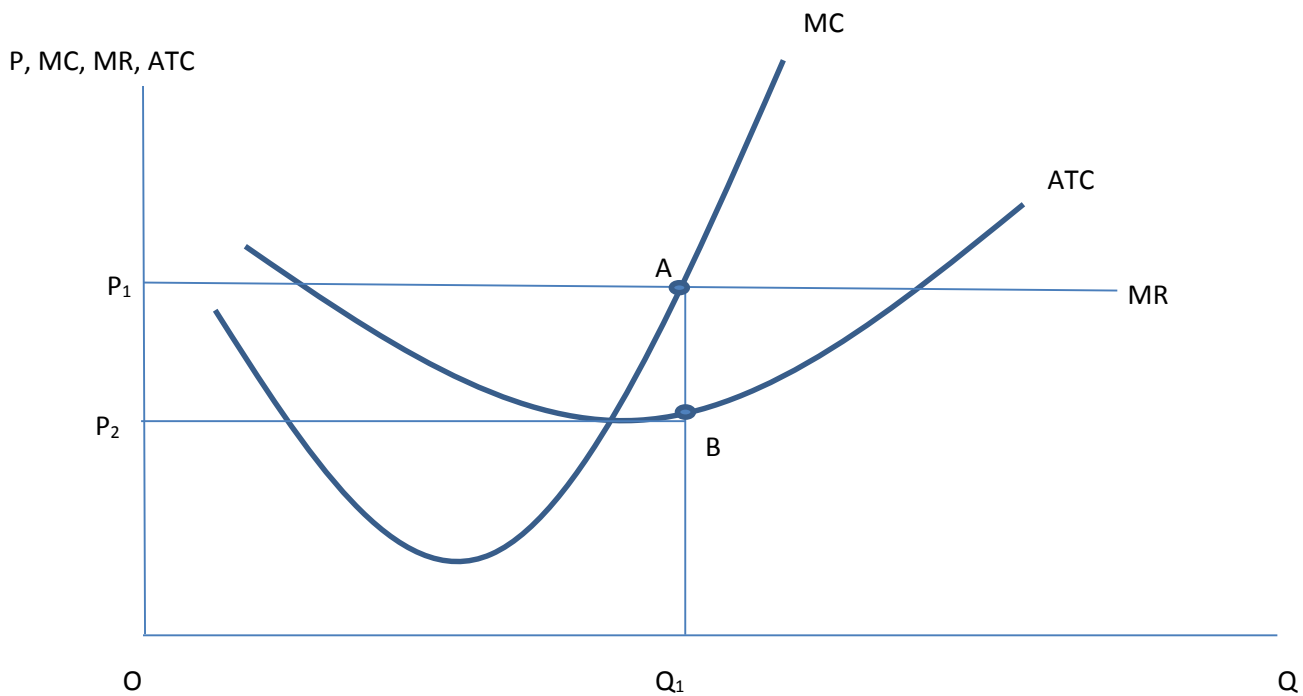
Q = παραγόμενη ποσότητα

FC = σταθερό κόστος που δε μεταβάλλεται με την αύξηση της παραγωγής

VC = το κόστος εργασίας που αυξάνεται με την αύξηση της παραγωγής, αφού αυτή είναι εφικτή μόνο όταν αυξάνεται και η ποσότητα της χρησιμοποιούμενης εργασίας.

Εναλλακτικά το κέρδος μπορεί να υπολογιστεί ως κέρδος ανά μονάδα, δηλαδή η διαφορά μεταξύ της τιμής και του μέσου κόστους (πόσο κοστίζει η παραγωγή μιας μονάδας προϊόντος) και αυτό να πολλαπλασιαστεί επί τον αριθμό των παραγόμενων μονάδων. Η καμπύλη μέσου κόστους (ATC) στην αρχή έχει αρνητική κλίση (όσο αυξάνεται η παραγωγή το μέσο κόστος μειώνεται) και στη συνέχεια έχει θετική κλίση (όσο αυξάνεται η παραγωγή το μέσο κόστος αυξάνεται). Η αύξηση του μέσου κόστους δείχνει ότι χρειάζεται νέος συνδυασμός παραγωγικών συντελεστών (δηλ. επένδυση σε τεχνολογία) για να μειωθεί πάλι το μέσο συνολικό κόστος. Στο ακόλουθο διάγραμμα δείχνεται πως ο επιχειρηματίας αποφασίζει τι θα παράγει και ποιο είναι το κέρδος του.

Διάγραμμα 8 : Ισορροπία της επιχείρησης και μεγιστοποίηση των κερδών της



Καταρχήν ο επιχειρηματίας θα πρέπει να αποφασίσει πόσο θα παράγει ώστε να μεγιστοποιεί τα κέρδη του. Η απόφασή του πόσο θα παράγει λαμβάνεται στη βάση της εξίσωσης του οριακού κόστους (MC) με το οριακό έσοδο (MR), δηλαδή στο σημείο A. Από αυτό το σημείο βρίσκουμε την παραγόμενη ποσότητα που είναι Q_1 . Για αυτή την ποσότητα η επιχείρηση μεγιστοποιεί το κέρδος της. Το μέγιστο κέρδος για την επιχείρηση είναι το ακόλουθο :

Ο επιχειρηματίας πουλάει την κάθε μονάδα προϊόντος σε τιμή ίση με OP_1 , ενώ το κατά μονάδα κόστος για την ποσότητα Q_1 είναι Q_1B που είναι ίση με OP_2 . Οπότε η διαφορά μεταξύ του εσόδου (ή τιμής) OP_1 και κατά μονάδα κόστους OP_2 είναι το κατά μονάδα κέρδος που είναι ίσο με P_1P_2 . Αν πολλαπλασιάσουμε το κατά μονάδα κόστος με την παραγόμενη ποσότητα που είναι $OQ_1 = P_2B$, το εμβαδόν του παραλληλογράμμου P_1ABP_2 είναι το συνολικό κέρδος του επιχειρηματία.

2.3.2. ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΟΤΑΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ

Όπως αναφέραμε προηγουμένως οι αποφάσεις του επιχειρηματία έγιναν υπό καθεστώς βεβαιότητας. Ο επιχειρηματίας γνώριζε εκ των προτέρων τις τιμές των παραγωγικών συντελεστών, αλλά και την τιμή στην οποία θα πωλούσε το προϊόν. Από τη στιγμή που γνώριζε όλα αυτά αποφάσισε πόσο θα παράγει για να μεγιστοποιήσει το κέρδος του. Όμως η πραγματικότητα είναι διαφορετική¹². Μία επιχείρηση παράγει ένα αγαθό και το πουλά σε μία ανταγωνιστική αγορά σε μία τυχαία τιμή P_s . Συγκεκριμένα η επιχείρηση επιλέγει πόση ποσότητα θα παράγει χωρίς να γνωρίζει ακριβώς ποια είναι η κατάσταση στην αγορά, δηλαδή σε ποια τιμή πωλείται το συγκεκριμένο αγαθό. Ως εκ τούτου μπορούμε να πούμε ότι το κέρδος της επιχείρησης είναι η διαφορά μεταξύ των τυχαίων εσόδων και του κόστους και δίνεται από την εξίσωση :

$$\Pi_s = P_s * Q_x - C(x) + B$$

Όπου :

Π_s = τα τυχαία κέρδη της επιχείρησης

$P_s * Q_x$ = τα τυχαία έσοδα της επιχείρησης που είναι η τυχαία τιμή πώλησης επί της ποσότητας που πωλείται

$C(x)$ = το κόστος παραγωγής

B = μη τυχαίο εισόδημα του ιδιοκτήτη της επιχείρησης που δεν εξαρτάται από την παραγωγή.

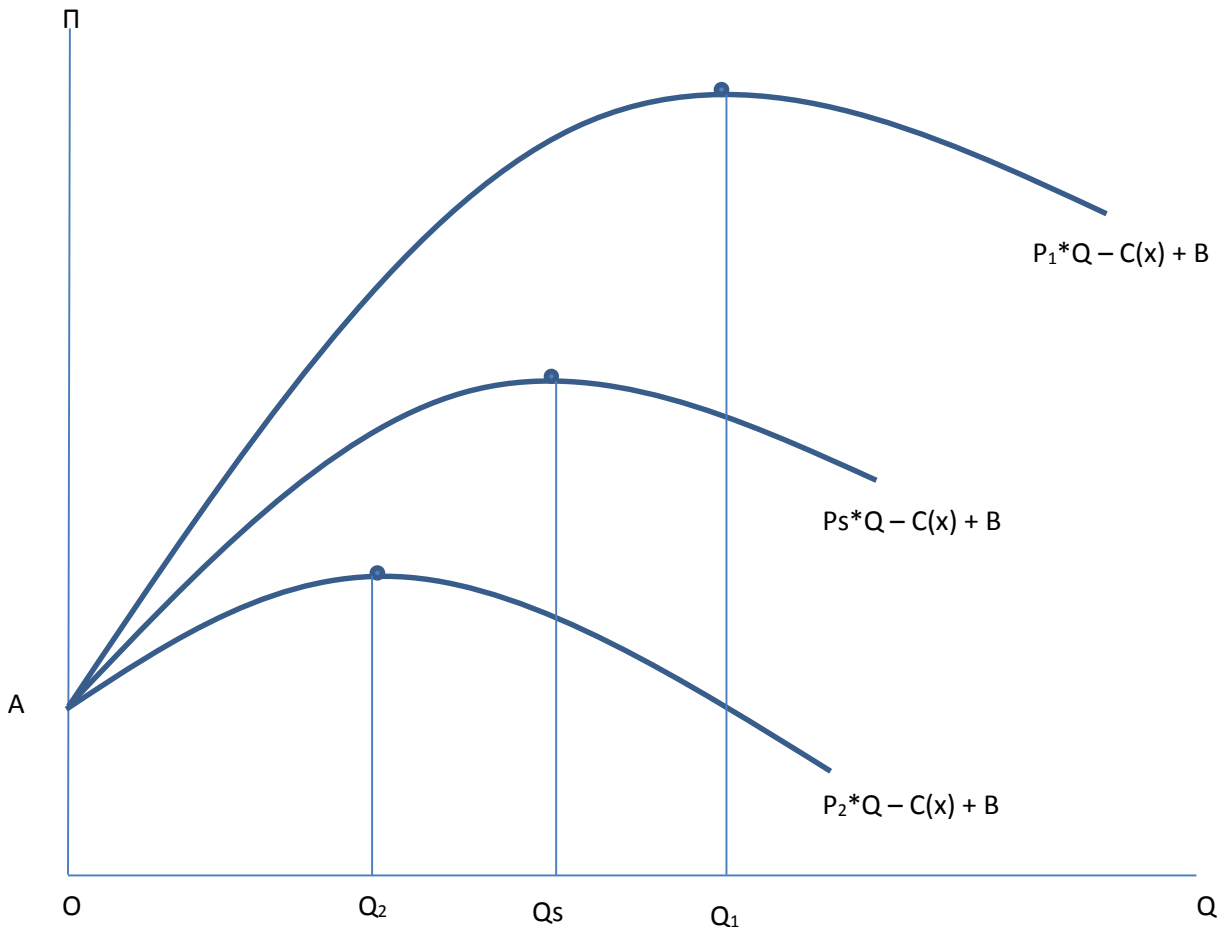
Μία απόφαση που θα λάβει ο επιχειρηματίας σχετικά με το τι θα παράγει δημιουργεί στον επιχειρηματία μία προσδοκία αναφορικά με το τυχαίο εισόδημα που θα αποκτήσει σε μία συγκεκριμένη κατάσταση. Η εν λόγω απόφαση εξαρτάται από τη συμπεριφορά του

¹² βλ. Hugh Gravelle and Ray Rees (2004, σ.502)

επιχειρηματία απέναντι στον κίνδυνο, απέναντι στην αξιολόγηση διαφορετικών καταστάσεων με βάση τις οποίες αποφασίζει πόσο θα παράγει.

Ως εκ τούτου η καμπύλη κέρδους της επιχείρησης εξαρτάται κυρίως από την τιμή πώλησης του προϊόντος που θέτει ο επιχειρηματίας. Στο ακόλουθο διάγραμμα παριστάνονται διαφορετικές καμπύλες κέρδους με βάση τις τιμές πώλησης του προϊόντος.

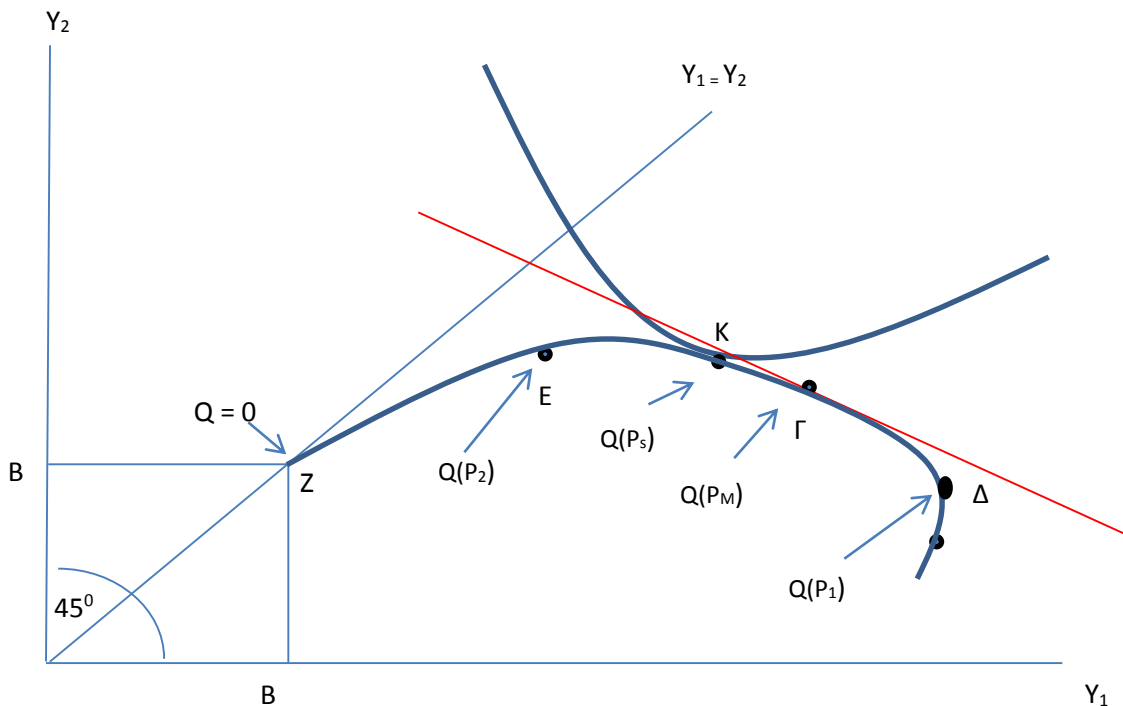
Διάγραμμα 9 : Καμπύλες κέρδους υπό καθεστώς αβεβαιότητας



Η κλίση της καμπύλης κέρδους δείχνει ότι στην αρχή όσο παράγεται περισσότερο προϊόν το κέρδος αυξάνεται, γίνεται μέγιστο και στη συνέχεια μειώνεται. Ανάλογα με το ποια είναι η τιμή που θα πωλείται το προϊόν ($P_1 > P_s > P_2$), αντίστοιχα θα είναι και τα κέρδη ($\Pi_1 > \Pi_s > \Pi_2$). Οι επιχειρήσεις που αποφεύγουν τον κίνδυνο, δηλαδή δεν θέλουν να ρισκοκινδυνεύουν θα θέτουν ως τιμή πώλησης όσο γίνεται μικρότερη για να είναι σίγουροι ότι μπορούν να πωλήσουν το προϊόν και ως εκ τούτου θα παράγουν όσο γίνεται λιγότερο προϊόν. Αντίθετα επιχειρηματίες που τους αρέσει ο κίνδυνος, τους αρέσει να ρισκοκινδυνεύουν θα θέτουν τιμή όσο γίνεται υψηλότερη και έτσι θα παράγουν όσο γίνεται περισσότερο.

Στο ακόλουθο διάγραμμα δείχνεται πως λαμβάνεται η απόφαση μεταξύ επιχειρήσεων με διαφορετική συμπεριφορά απέναντι στον κίνδυνο όταν επικρατούν συνθήκες αβεβαιότητας, όταν έχουν να επιλέξουν μεταξύ δύο διαφορετικών καταστάσεων επιπέδου παραγωγής με διαφορετικές πιθανότητες του ύψους του κέρδους.

Διάγραμμα 10 : Συμπεριφορά της επιχείρησης απέναντι στον κίνδυνο και σημείο ισορροπίας



Ας υποθέσουμε ότι έχουμε δύο επιχειρήσεις (η μία αποστρέφεται τον κίνδυνο) και η άλλη επιδιώκει τον κίνδυνο και έχουν να επιλέξουν μεταξύ δύο διαφορετικών καταστάσεων (Y_1 και Y_2). Όταν η παραγωγή είναι μηδέν, βρισκόμαστε στο σημείο E, από το οποίο προκύπτει ότι το κέρδος είναι B (αφού δεν υπάρχουν έσοδα και κόστος) είτε επιλέξουμε την κατάσταση Y_1 , είτε επιλέξουμε την κατάσταση Y_2 . Για επίπεδα παραγωγής :

- μεταξύ 0 και $Q(P_2)$ οι αυξήσεις του Q αυξάνουν το εισόδημα και στις δύο καταστάσεις.
- Μεταξύ P_2 και P_s , όσο αυξάνεται το $Q(x)$ το Y_1 αυξάνεται και το Y_2 μειώνεται.
- Στο σημείο Δ, όπου παίρνει την τιμή P_1 , έχει παραχθεί η μέγιστη ποσότητα από το Y_1
- Για τιμές μεγαλύτερες του P_1 , τα Y_1 και Y_2 μειώνονται

Η επιχείρηση που είναι ουδέτερη απέναντι στον κίνδυνο επιλέγει το σημείο Γ, στο οποίο μεγιστοποιείται το προσδοκώμενο εισόδημα. Είναι το σημείο όπου η γραμμή ίσου προσδοκώμενου εισοδήματος που εκφράζει το λόγο της πιθανότητας να συμβεί η κατάσταση 1 (Y_1) σε σχέση με την κατάσταση 2 (Y_2) εφάπτεται της καμπύλης. Η επιχείρηση που αποφεύγει τον κίνδυνο επιλέγει το σημείο Κ, όπου η καμπύλη αδιαφορίας εφάπτεται στο όριο. Αν το όριο Γ, τότε κάθε επιχείρηση που αποφεύγει τον κίνδυνο θα βρίσκεται αριστερά του Γ.

2.4. ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΚΑΙ ΠΩΣ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΑΝΤΙΔΡΑ

Η επιχείρηση αντιμετωπίζει συχνά απρόβλεπτες μεταβολές που σχετίζονται με την τεχνολογία και ως εκ τούτου επηρεάζεται η ποσότητα του παραγόμενου προϊόντος, αλλά και η τιμή στην οποία πωλείται το προϊόν. Βασικός σκοπός της επιχείρησης είναι να μπορεί να μειώσει την αβεβαιότητα που υπάρχει και να εξασφαλιστεί απέναντι στον κίνδυνο. Υπάρχουν δύο βασικοί τρόποι που μπορεί να το κάνει. Ο πρώτος τρόπος σχετίζεται με ενέργειες που κάνει η επιχείρηση ώστε να μειώσει την τεχνολογική αβεβαιότητα και να ανταποκρίνεται καλύτερα στην ποσότητα του προϊόντος που ζητά η αγορά. Για παράδειγμα η επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιεί μηχανές νέου τύπου που της επιτρέπουν να έχει μεγαλύτερη ευελιξία ως προς την παραγωγή. Για παράδειγμα με αυτές τις μηχανές παράγει μικρότερη ποσότητα και μπορεί να την αυξήσει άμεσα αν διαπιστώσει ότι υπάρχει μεγαλύτερη ζήτηση για το προϊόν της. Η επιχείρηση αυτή μπορεί να συνδεθεί διαδικτυακά με τις επιχειρήσεις που πωλούν το προϊόν της και κάθε στιγμή που γίνεται μία πώληση ενημερώνεται η κεντρική επιχείρηση και γνωρίζει τι έχει πωληθεί και ως εκ τούτου γνωρίζει και τη ζήτηση. Ένας άλλος τρόπος είναι να εγκαταστήσει γεννήτριες ηλεκτρικού ρεύματος που χρησιμοποιούν πετρέλαιο ή γαιάνθρακα για να τις θέσει σε λειτουργία και να αντιμετωπίζει με τον τρόπο αυτό αβέβαιες αλλά σημαντικές αυξήσεις των καυσίμων. Μπορεί να αγοράσει μικρότερες μηχανές αντί να αγοράσει μία μεγάλη μηχανή και να μη τις λειτουργεί όλες και να έχει κάποιες μηχανές σε εφεδρεία σε περίπτωση που υπάρξει απρόβλεπτη μηχανική βλάβη, να τις βάλει αυτές σε λειτουργία.

Ο δεύτερος τρόπος είναι να ασφαλιστεί απέναντι σε κινδύνους που μπορεί να επηρεάσουν απρόβλεπτα την παραγωγική του ικανότητα. Για παράδειγμα να ασφαλιστεί κατά φωτιάς, κλοπής ή σεισμού που μπορούν να επηρεάσουν την παραγωγή του.

Ένας άλλος τρόπος αντίδρασης του επιχειρηματία – ο οποίος θα μπορούσε κανείς να τον εντάξει στο δεύτερο τρόπο που είναι η ασφάλιση – είναι να συμφωνήσει με ένα αγοραστή την πώληση μέρους της παραγωγής του σε αγορές μελλοντικής παράδοσης σε μια καθορισμένη τιμή και όχι σε αγορές άμεσης παράδοσης σε μια αβέβαιη τιμή. Πως λειτουργεί λοιπόν η αγορά μελλοντικής παράδοσης και τι ασφάλεια προσφέρει στον παραγωγό και στον αγοραστή¹³. Στην αγορά αυτή τα άτομα αγοράζουν και πωλούν υποσχέσεις να παραδώσουν μία μονάδα του εμπορεύματος σε μία καθορισμένη εκ των προτέρων χρονική στιγμή και σε συγκεκριμένο τόπο. Τα συμβόλαια υπογράφονται προτού γίνουν γνωστές οι πραγματικές συνθήκες αγοράς και η παράδοση γίνεται όταν πλέον οι συνθήκες αυτές είναι γνωστές. Τα συμβόλαια δεν εξαρτώνται από την κατάσταση. Ο αγοραστής ενός τέτοιου συμβολαίου αγοράζει την αξίωση να του παραδώσει ο πωλητής μία μονάδα του αγαθού σε καθορισμένη τιμή και ημερομηνία, όταν η κατάσταση της αγοράς δεν είναι γνωστή. Την ημερομηνία που θα γίνει η παράδοση η προσφορά και η ζήτηση του προϊόντος θα καθορίσουν την τιμή πώλησης του προϊόντος, που δεν θα επηρεάσει όμως τους πωλητές και αγοραστές μελλοντικών συμβολαίων. Μέρος του παραγόμενου προϊόντος θα έχει πωληθεί στην αγορά μελλοντικής παράδοσης, στους αγοραστές συμβολαίων μελλοντικής παράδοσης, οι οποίοι με τη σειρά τους μπορούν να το πωλήσουν στην αγορά άμεσης παράδοσης στην τιμή που έχει καθοριστεί εκείνη τη στιγμή.

Γιατί και σε ποιες περιπτώσεις οι επιχειρήσεις επιλέγουν την αγορά μελλοντικών συμβολαίων ; Συνήθως είναι σε περιπτώσεις όπου υπάρχει μεγάλη μεταβλητότητα στην τιμή του προϊόντος. Για παράδειγμα στην παραγωγή σιτηρών, όπου η τιμή τους είναι ευμετάβλητη εξαιτίας των μεταβολών που επιφέρουν οι καιρικές συνθήκες στην ποσότητα παραγωγής. Αυτό που επιδιώκει ο επιχειρηματίας είναι να μπορέσει να εξασφαλιστεί από μία ιδιαίτερα χαμηλή τιμή που μπορεί να διαμορφωθεί εκείνη την περίοδο όπου θα χρειαστεί να πουλήσει το προϊόν του. Γι αυτό αναζητεί κάποιον αγοραστή για να συμφωνήσει μαζί του μία συγκεκριμένη τιμή για να του παραδώσει μέρος της ποσότητας του προϊόντος. Βέβαια καταλαβαίνουμε ότι αν η τιμή που θα διαμορφωθεί μελλοντικά, τη στιγμή που θα πωληθεί είναι αισθητά υψηλότερη από αυτή που θα έχει συμφωνήσει ο παραγωγός, τότε ο παραγωγός θα ζημιωθεί. Αντίθετα αν η τιμή που θα διαμορφωθεί μελλοντικά θα είναι πολύ χαμηλή σε σχέση με αυτή που έχει συμφωνήσει ο παραγωγός – πωλητής, τότε αυτός κερδίζει. Γιατί λοιπόν ο παραγωγός – πωλητής διαθέτει το προϊόν του σε μία αγορά μελλοντικής παράδοσης σε μία προκαθορισμένη τιμή ; Η απάντηση είναι ότι ο επιχειρηματίας θέλει να «ασφαλιστεί»

¹³ βλ. Hugh Gravelle and Ray Rees (2004, σ.513)

απέναντι στην περίπτωση που η τιμή είναι πάρα πολύ χαμηλή. Άρα έχοντας ως γνώμονα τις τιμές του παρελθόντος προσπαθεί να συμφωνήσει μία «μέση» τιμή – πιθανόν μεταξύ μίας χαμηλής και μίας υψηλής – ώστε να μετριάσει τον κίνδυνο να χάσει πολλά. Όσο καλύτερη πληροφόρηση μπορεί να έχει ο πωλητής, τόσο καλύτερα γι αυτόν.

Αντίστοιχα ο αγοραστής επιλέγει να μπει και αυτός στην αγορά μελλοντικής παράδοσης για να προφυλαχτεί από μία απότομη αύξηση της τιμής τη στιγμή της παράδοσης του προϊόντος. Ειδικά αν πιστεύει ότι η τιμή του προϊόντος θα είναι ιδιαίτερα υψηλή, τον συμφέρει να «κλείσει» μία χαμηλότερη τιμή και να κερδίσει από τη διαφορά, πουλώντας και αυτός με τη σειρά του το προϊόν όταν θα το παραλάβει στην τιμή που τότε θα έχει διαμορφωθεί. Βέβαια αν η πληροφόρησή του δεν είναι σωστή και η τελική τιμή είναι χαμηλότερη από αυτή που έχει προσυμφωνήσει, τότε χάνει.

Γενικά οι επιχειρήσεις προσπαθούν να μετριάσουν τους κινδύνους που αντιμετωπίζουν και προτιμούν να αγοράζουν ασφάλεια για αυτούς. Σε περιόδους οικονομικής ευημερίας, υπάρχουν επιχειρήσεις που αγοράζουν ασφάλεια για να εξασφαλιστούν απέναντι σε επιχειρήσεις που τους χρωστούν χρήματα και πιθανόν δεν μπορούν να τους πληρώσουν. Αυτός ο κίνδυνος είναι ιδιαίτερα έντονος σε περιόδους οικονομικής κρίσης, όπου ο αριθμός των εταιρειών που αθετούν την υποχρέωσή τους να πληρώσουν τι χρωστούν, αυξάνεται συνεχώς.

2.5. ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στα πλαίσια αυτού του κεφαλαίου προσπαθήσαμε να εξηγήσουμε ότι και η επιχείρηση επηρεάζεται από την αβεβαιότητα που επικρατεί στην αγορά και ο τρόπος με τον οποίο λαμβάνει τις αποφάσεις της – υπό συνθήκες αβεβαιότητας – είναι εντελώς διαφορετικός από αυτόν όταν επικρατεί βεβαιότητα. Η αβεβαιότητα πλήττει τόσο την ποσότητα του παραγόμενου προϊόντος, όσο και της τιμής στην οποία θα πωληθεί και επηρεάζει άμεσα τα κέρδη της επιχείρησης. Έχοντας ολοκληρώσει τη μελέτη αυτού του κεφαλαίου θα πρέπει να είστε σε θέση να γνωρίζετε :

- τι είναι γραμμή ίσου κόστους και καμπύλη ίσου προϊόντος
- τι είναι συνολικό, μέσο και οριακό προϊόν
- τι είναι οριακό και μέσο κόστος
- τι είναι το οριακό έσοδο
- πως η επιχείρηση αποφασίζει για την ποσότητα της εργασίας που θα χρησιμοποιήσει στη βραχυχρόνια περίοδο υπό καθεστώς βεβαιότητας

- πως η επιχείρηση αποφασίζει για τον άριστο συνδυασμό μεταξύ εργασίας και κεφαλαίου υπό καθεστώς βεβαιότητας
- πως καθορίζει την ποσότητα του προϊόντος που θα πωλήσει στην τιμή που έχει καθοριστεί στην αγορά ώστε να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της
- πως η αβεβαιότητα επηρεάζει τις επιχειρηματικές αποφάσεις
- πως η επιχείρηση αποφασίζει για το παραγόμενο προϊόν όταν επικρατούν συνθήκες αβεβαιότητας
- με ποιους τρόπους η επιχείρηση αντιδρά και προφυλάσσεται από την αβεβαιότητα και τον κίνδυνο
- τι είναι η αγορά μελλοντικής παράδοσης

2.6. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Θωμαδάκης, Σ., Αλεξιάκης, Π. 2006. *Οικονομική των Επιχειρήσεων*, εκδ. Σταμούλης
- Varian, H. 1992. *Μικροοικονομική. Μία σύγχρονη προσέγγιση*, τόμος Α, εκδ. Κριτική
- Nicholson, W. 1998. *Μικροοικονομική θεωρία. Βασικές αρχές και προεκτάσεις*, τόμος Α, εκδ. Κριτική
- Hugh Gravelle, Ray Rees, R.2004. *Μικροοικονομική*, τεύχος Β., εκδ. Gutenberg.
- Katz M., Rosen, H. 1998., *Microeconomics*, McGRaw Hill, International Edition

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ : ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ζούμε σ' ένα κόσμο ιδιαίτερα ανταγωνιστικό που οι κινητήριες δυνάμεις του είναι η επίτευξη του κέρδους και η ικανοποίηση των συμφερόντων των ατόμων. Βασικό χαρακτηριστικό της λειτουργίας του οικονομικού κόσμου είναι η ανάδειξη του ατομικού συμφέροντος έναντι του συλλογικού κοινωνικού συμφέροντος ως θεμελιώδη λίθο της κοινωνίας. Η έννοια του κοινωνικού συμφέροντος – σύμφωνα με έναν από τους κλασικούς της οικονομικής επιστήμης τον Adam Smith – παράγεται ως το άθροισμα των επιμέρους ατομικών συμφερόντων. Με άλλα λόγια ο Smith – ο οποίος ανέπτυξε τη θεωρία περί Αόρατου Χεριού – υποστηρίζει ότι όταν το κάθε άτομο (και αντίστοιχα η κάθε επιχείρηση) επιδιώκει την ικανοποίηση του δικού του συμφέροντος, τότε όταν όλα τα άτομα είναι ικανοποιημένα θα είναι και η κοινωνία συνολικά ικανοποιημένη. Η έννοια του ανταγωνισμού οδηγεί τα άτομα να προσπαθούν να βελτιώνουν τη θέση τους μέσα στην οικονομία και στην κοινωνία με αποτέλεσμα να βελτιώνεται η θέση όλων των ανθρώπων.

Η θεωρητική αντίληψη περί του ατομικού συμφέροντος έχει αμφισβητηθεί έντονα. Η ανάπτυξη του οικονομικού μας συστήματος στηρίζεται στη διόγκωση των οικονομικών και κοινωνικών ανισοτήτων. Η κοινωνία δεν αποτελείται από ένα άθροισμα μεμονωμένων ατόμων, αλλά από άτομα ή κοινωνικές ομάδες που έχουν διαφορετικά συμφέροντα να ικανοποιήσουν. Η προσπάθεια για την ικανοποίηση των συμφερόντων ενός ατόμου ή μιας ομάδας έρχεται σε αντίθεση με τα συμφέροντα άλλων ατόμων ή κοινωνικών ομάδων.

Η βελτίωση της θέσης μιας επιχείρησης την αγορά επιτυγχάνεται σε βάρος των υπολοίπων ανταγωνιστικών εταιρειών. Η αύξηση των κερδών μιας επιχείρησης μπορεί να συνεπάγεται μείωση των μισθών των εργαζομένων σε αυτές τις επιχειρήσεις.

Τα παλαιότερα χρόνια, στην αρχή της ανάπτυξης του σημερινού οικονομικού συστήματος, επικρατούσε η αντίληψη ότι η αναζήτηση κέρδους ήταν αντίθετη στην ηθική της κοινωνίας. Σε άλλες εποχές το άτομο το οποίο δάνειζε χρήματα σε άλλους ανθρώπους με

στόχο να εισπράττει υπέρογκο τόκο θεωρείτο ότι δεν ήταν ηθικό άτομο. Είναι η ηθική και η επιχειρηματικότητα έννοιες αντίθετες ;

Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται συνεχώς η συζήτηση για την επιχειρηματική ηθική και για το ρόλο της επιχείρησης μέσα στην κοινωνία. Η αντίληψη αυτή υιοθετεί την άποψη ότι η επιχείρηση είναι ένας ζωντανός οργανισμός και οι όποιες δράσεις της θα πρέπει να αναλύονται υπό αυτό το πρίσμα. Ως εκ τούτου θα πρέπει να εστιάσουμε στο ρόλο της επιχείρησης ως κοινωνικής οντότητας μέσα σε μία κοινωνία όπου υπάρχουν γραπτοί και άγραφοι νόμοι, υπάρχουν ήθη, έθιμα και παραδόσεις, υπάρχουν δικαιώματα αλλά και υποχρεώσεις προς τρίτους. Κάτω από αυτό το πρίσμα έχει αναπτυχθεί η αντίληψη για την επιχειρηματική ηθική και για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, αντίληψη που λαμβάνεται ολοένα και περισσότερο υπόψη από τη θεωρία μάλιστα της επιχείρησης.

Στα πλαίσια αυτού του κεφαλαίου θα αναπτύξουμε τις έννοιες της επιχειρηματικής ηθικής και της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης παρουσιάζοντας τη σύγχρονη συζήτηση γύρω από αυτά τα θέματα.

Έχοντας ολοκληρώσει τη μελέτη αυτού του κεφαλαίου πρέπει να είστε σε θέση να γνωρίζετε :

- τι είναι επιχειρηματική ηθική
- τι είναι εταιρική κοινωνική ευθύνη
- ποιοι παράγοντες καθορίζουν την επιχειρηματική ηθική
- ποιοι είναι οι στόχοι της επιχειρηματικής ηθικής
- ποιες είναι οι διαστάσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης
- ποια θεωρία υποστηρίζει και ποια μάχεται την εταιρική κοινωνική ευθύνη
- ποιοι είναι οι προσδιοριστικοί παράγοντες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης
- ποια είναι τα πλεονεκτήματα από την ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης
- ποια κριτική ασκείται στην ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

3.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ

3.2.1. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ «ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ»

Η έννοια της ηθικής αποτελεί ένα κεντρικό ζήτημα στην ανάλυση της κοινωνίας. Η ηθική είναι ένα σύνολο αντιλήψεων που κυριαρχούν σε μία δεδομένη κοινωνία και υπόκειται σε μεταβολές που εξαρτώνται από την κοινωνία στην οποία εφαρμόζονται. Οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν το κοινωνικό σύνολο, επηρεάζουν και το σύνολο των ηθικών

αντιλήψεων. Αυτοί οι παράγοντες συνδέονται με το γεωγραφικό περιβάλλον, με την τεχνολογία και με το πολιτισμικό περιβάλλον. Για παράδειγμα η τοποθεσία μιας κοινωνίας επηρεάζει τις ηθικές αντιλήψεις της κοινωνίας. Για παράδειγμα οι μεσογειακές χώρες έχουν διαφορετικές ηθικές αντιλήψεις από τις χώρες της Ασίας ή της Αφρικής κλπ. Η τεχνολογία επηρεάζει εξίσου τις ηθικές αντιλήψεις της κοινωνίας. Για παράδειγμα η πρόοδος που έχει γίνει στο θέμα της βιοτεχνολογίας και της κλωνοποίησης επηρεάζει τις ηθικές αντιλήψεις της κοινωνίας. Το πολιτισμικό περιβάλλον των κοινωνιών είναι διαφορετικό (π.χ. της Ασίας είναι διαφορετικό από αυτό της Ευρώπης) και ως εκ τούτου επηρεάζει και τις ηθικές αντιλήψεις.

Η ηθική απαντά συνήθως στα ερωτήματα : τι είναι σωστό ; τι είναι αποδεκτό από την κοινωνία ; τι πρέπει να κάνουμε και τι δεν πρέπει να κάνουμε ; τι θεωρεί η κοινωνία ως ανάρμοστο ;

Από τα ανωτέρω κατανοούμε ότι οι πράξεις ενός ανθρώπου μπορούν να είναι είτε σύμφωνες, είτε αντίθετες με τις ηθικές αντιλήψεις της κοινωνίας.

Η επιχειρηματική ηθική σχετίζεται με τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων ως οικονομικές και κοινωνικές οντότητες. Η επιχειρηματική ηθική δίνει έμφαση σε αξίες που οφείλουν να υιοθετήσουν οι οικονομικές μονάδες, δηλαδή οι επιχειρήσεις, όπως η αλήθεια και η δικαιοσύνη και περιγράφει τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν τις προσδοκίες της κοινωνίας, το δίκαιο ανταγωνισμό, τη διαφήμιση, τις ανθρώπινες σχέσεις, την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων και τέλος τη συμπεριφορά τους τόσο στην χώρα από την οποία προέρχονται, όσο και στις χώρες στις οποίες φιλοξενούνται¹⁴.

Ένας άλλος ορισμός για την επιχειρηματική ηθική είναι ότι επιχειρηματική ηθική είναι το σύνολο των ηθικών αξιών που απορρέουν από τα χαρακτηριστικά του κοινωνικού, πολιτικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος που καθορίζουν τι είναι σωστό και το όχι κατά τις επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Η εννοιολογική οριοθέτηση της επιχειρηματικής ηθικής στηρίζεται σε τρεις βασικές αρχές :

- πρέπει να υπάρχουν κώδικες και αρχές
- πρέπει να προσδιορίζεται η έννοια του ηθικά σωστού
- πρέπει να υπάρχει αξιοπιστία των διαφόρων ενεργειών

Η επιχειρηματική ηθική καθορίζεται από την :

- εστίαση στην κοινωνική ευθύνη

¹⁴¹⁴¹⁴ Ο ορισμός αυτός έχει δοθεί από τους Kootz H και Weihrich H και αναφέρεται από τον Κέφη (2005, σ.172-173)

- έμφαση στην τιμιότητα και στη δικαιοσύνη
- αίσθηση του τι είναι σωστό και τι είναι λάθος
- έμφαση στην αρετή, στην ακεραιότητα και στην εμπιστευτικότητα

Σύμφωνα με τον Arthur (1984) υπάρχουν τρεις βασικές προϋποθέσεις που πρέπει να διέπουν την επιχειρηματική ηθική :

- καθιερωμένοι θεσμοί και κανονισμοί στο επιχειρησιακό περιβάλλον. Είναι ένα σύνολο κανόνων που προσδιορίζουν ένα πλαίσιο που υποστηρίζει και ελέγχει τους τρόπους με τους οποίους πραγματοποιούνται οι επιχειρηματικές δραστηριότητες
- η ανθρώπινη φύση ως μέρος του πλαισίου για την επίτευξη της ηθικής συμπεριφοράς. Θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κίνητρα, κινήσεις, αξίες και απόψεις που καθορίζουν την επιχειρηματική ηθική
- φιλοσοφικά θέματα. Αφορούν ερωτήματα που σχετίζονται με το τι είναι σωστό ή λάθος κλπ

3.2.2. ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΗΘΙΚΗΣ

Τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότεροι μάνατζερ δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την επιχειρηματική ηθική. Ο βασικός σκοπός αυτού του αυξανόμενου ενδιαφέροντος είναι η πεποίθηση που υπάρχει ότι όταν η επιχείρηση επιδεικνύει επιχειρηματική ηθική, τότε βελτιώνει τη λειτουργία της και επιτυγχάνει ευκολότερα τους στόχους της.

Η αυξανόμενη αξία τη ηθικής στις επιχειρήσεις σχετίζεται με το γεγονός ότι οι αποφάσεις που οι επιχειρήσεις λαμβάνουν τώρα θα επηρεάσουν την επιχείρηση και στο μέλλον, προκαλώντας είτε θετικές, είτε αρνητικές επιπτώσεις.

Οι βασικοί λόγοι που εξηγούν το αυξανόμενο ενδιαφέρον για την ηθική είναι :

- μείωση του ρίσκου. Η επιχειρηματική ηθική δεσμεύει τις επιχειρήσεις να πράττουν με βάση τους ηθικούς κανόνες, οπότε να μειώνονται οι πιθανότητες σκανδάλων και να περιορίζονται οι αρνητικές επιπτώσεις για την ίδια την επιχείρηση
- εργασιακή ολοκλήρωση. Η επιχειρηματική ηθική δεσμεύει τις επιχειρήσεις να προωθούν την αξιοπρέπεια και το σεβασμό σε όλα τα επίπεδα της επιχείρησης και ειδικά προς τους εργαζόμενους, βελτιώνοντας με τον τρόπο αυτό την παραγωγικότητα της επιχείρησης
- φήμη στην αγορά και στην κοινωνία. Η επιχειρηματική ηθική «δημιουργεί» ένα καλό όνομα για την επιχείρηση, το οποίο την «ανεβάζει» στα μάτια των πελατών της

Οι στόχοι της επιχειρηματικής ηθικής είναι :

- η υποστήριξη της διοίκησης της επιχείρησης για την ορθή και αποτελεσματική διαχείρισή της εντός ενός συγκεκριμένου επιχειρηματικού και ηθικού πλαισίου
- η ενίσχυση της εταιρικής διακυβέρνησης. Με τον όρο «εταιρική διακυβέρνηση» αναφερόμαστε στο πλαίσιο που καθορίζει τις σχέσεις μεταξύ των τριών πυλώνων της σύγχρονης επιχείρησης, δηλαδή των μετόχων, των διευθυντικών στελεχών (management), και του διοικητικού συμβουλίου.
- να βελτιώσει την αποδοτικότητα της επιχείρησης
- να ενισχύσει, μέσα από την ανταλλαγή απόψεων και εμπειριών, συστήματα ηθικής και επαγγελματικής συμπεριφοράς

3.3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ «ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ»

3.1. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις προσπαθούν να εφαρμόσουν την πολιτική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, αυξάνοντας τον αριθμό των υποστηριχτών της αλλά και τον αριθμό των πολέμιών της.

Σύμφωνα με τον Κέφη (2005, σ.173) η κοινωνική ευθύνη είναι η υποχρέωση της επιχείρησης (ανεξαρτήτως νόμων και οικονομικών κανόνων) για επίτευξη μακροχρόνιων στόχων προς όφελος της κοινωνίας. Η κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης εξαρτάται από την κοινωνική υπευθυνότητα των ανώτατων διοικητικών στελεχών. Επηρεάζεται όμως και από την επιχειρηματική ηθική που έχει διαμορφωθεί στην αγορά ή στην ίδια την κοινωνία.

Ένας άλλος ορισμός της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στηρίζεται στην βασική αρχή ότι οι επιχειρήσεις αποτελούν ξεχωριστές οντότητες που είναι συνδεδεμένες με το κοινωνικό σύνολο μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται, επηρεάζοντας και επηρεαζόμενες από τα δεδομένα της εποχής και του χώρου δράσης τους. Με βάση αυτή την υπόθεση η εταιρική κοινωνική ευθύνη αναφέρεται στις ενέργειες των επιχειρήσεων που αποσκοπούν στη συμβολή αντιμετώπισης περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων.

Για κάποιους άλλους ερευνητές εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι η ηθική συμπεριφορά μιας επιχείρησης στις σχέσεις της με την κοινωνία.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση, «εταιρική κοινωνική ευθύνη» είναι μία έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και οικολογικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέλη.

Μέσω της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης επιδιώκεται η εθελοντική αυτορύθμιση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, ώστε να εξασφαλίζεται ο σεβασμός για τα ζητήματα αυτά με τη χρήση συστημάτων διαχείρισης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, την υποστήριξη τοπικών κοινοτήτων και άλλων κοινωνικών πρωτοβουλιών.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει δύο διαστάσεις : την εσωτερική και την εξωτερική. Η πρώτη αφορά το ενδοεπιχειρησιακό περιβάλλον και περιλαμβάνει κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές που στοχεύουν στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας. Τέτοιες πρακτικές είναι η επένδυση σε ανθρώπινο κεφάλαιο, η υγεία και η ασφάλεια των εργαζομένων κ.α. Η δεύτερη διάσταση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αφορά την τοπική κοινότητα και ένα ευρύ σύνολο ενδιαφερομένων μελών όπως οι μέτοχοι, οι προμηθευτές, οι καταναλωτές κ.α.

Συνοψίζοντας μπορούμε να επισημάνουμε ότι :

η εταιρική κοινωνική ευθύνη αποτελεί το σύνολο των πολιτικών που αναλαμβάνει η επιχείρηση σε εθελοντική βάση και με συναίσθημα ευθύνης για να προστατέψει το περιβάλλον και να προάγει τα συμφέροντα του κοινωνικού συνόλου.

3.3.2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Η ιδέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι αρκετά πρόσφατη. Στις αρχές του 20^{ου} αιώνα αρχίζει διαμορφώνεται η ιδέα της ευθύνης που έχει η επιχείρηση μέσα στην κοινωνία. Τα θεμέλια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι η αρχή της αγαθοεργίας και η αρχή της διαχείρισης. Σύμφωνα με την αρχή της αγαθοεργίας η επιχείρηση έχει καθήκον να βοηθά - σε εθελοντική βάση – άτομα που έχουν ανάγκη και κοινωνικές ομάδες που είναι σε δυσχερή θέση. Μία σύγχρονη μορφή της αγαθοεργίας είναι η επιχειρησιακή φιλανθρωπία, δηλαδή η καταβολή δωρεών και εισφορών της επιχείρησης σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς με κοινωνική δράση. Σύμφωνα με την αρχή της διαχείρισης όλα τα στελέχη της επιχείρησης συμπεριφέρονται ως κοινωνικοί θεματοφύλακες και ως διαχειριστές του κοινωνικού συμφέροντος.

Το 1971 ο οργανισμός Committee for Economic Development δημοσιεύει το κείμενο “The social responsibility of business corporations” σύμφωνα με το οποίο θα πρέπει να υιοθετηθεί από τις επιχειρήσεις η εταιρική κοινωνική ευθύνη για δύο λόγους : α) η επιχείρηση λειτουργεί με σκοπό την εξυπηρέτηση των αναγκών της κοινωνίας και β) η επιχείρηση αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της κοινωνίας και η επιχειρησιακή ιδιοτέλεια είναι αναμεμιγμένη στην κοινωνική ευημερία.

Με την πάροδο του χρόνου η εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει χαρακτηριστεί από πληθώρα πρωτοβουλιών, κωδικών και προτύπων με σκοπό να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να πράξουν το σωστό.

Το 2001 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υιοθετεί την Πράσινη Βίβλο «για την προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη». Με βάση τον ορισμό που δόθηκε από την Πράσινη Βίβλο¹⁵ η εταιρική κοινωνική ευθύνη νοείται ως συμπεριφορά των επιχειρήσεων η οποία υπερβαίνει τις νομικές τους υποχρεώσεις και υιοθετείται εθελοντικά, ενώ συνδέεται στενά με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, καθώς ενσωματώνει τον οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο των δραστηριοτήτων τους.

Το 2002 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υιοθέτησε την ανακοίνωση «Εταιρική κοινωνική ευθύνη : μία συνεισφορά των επιχειρήσεων στη βιώσιμη ανάπτυξη». Το 2005 στο εαρινό συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης διατυπώνεται η άποψη ότι οι εθελοντικές επιχειρηματικές δραστηριότητες, με τη μορφή πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, μπορούν να παίξουν σημαντικό ρόλο σε ότι αφορά στη συνεισφορά τους στη βιώσιμη ανάπτυξη προωθώντας παράλληλα την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα της Ευρώπης. Το 2006 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εγκαινιάζει μία συνεργασία μεταξύ των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων αναγνωρίζοντας το σημαντικό τους ρόλο στην εταιρική κοινωνική ευθύνη.

3.3.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Ποιος είναι ο ρόλος της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και πως επηρεάζει την επιχείρηση και την κοινωνία συνολικότερα ; Απάντηση στο ερώτημα αυτό προσπαθούν να δώσουν δύο διαφορετικές θεωρίες. Η πρώτη είναι η θεωρία Stockholder που αναπτύχθηκε από τον Milton Friedman και η δεύτερη θεωρία είναι η θεωρία Stakeholder. Σύμφωνα με την πρώτη θεωρία (Stockholder Theory) η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης δεν έχει κανένα θετικό ρόλο. Ο Friedman θεωρεί ότι η ηθική και η ευθύνη της επιχείρησης έναντι της κοινωνίας είναι άσκοπες επειδή :

- οι επιχειρήσεις είναι νομικά πρόσωπα και ως τέτοια έχουν μόνο νομικές υποχρεώσεις και όχι ηθικές υποχρεώσεις

¹⁵ Ο ορισμός της Πράσινης Βίβλου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και οικολογικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέλη, καθώς συνειδητοποιούν διαρκώς περισσότερο ότι η υπεύθυνη συμπεριφορά οδηγεί σε βιώσιμη επιχειρηματική επιτυχία.

- η διοίκηση είναι εντολοδόχος των μετόχων της επιχείρησης και ως εντολοδόχος πρέπει να προωθεί και να προστατεύει τα συμφέροντα των μετόχων της
- οι επιχειρήσεις έχουν μοναδικό σκοπό να μεγιστοποιούν την αξία των κεφαλαίων των μετόχων χρησιμοποιώντας με προσοχή τους πόρους που διαθέτουν στα πλαίσια του νόμου

Σύμφωνα με τη δεύτερη θεωρία (Stakeholder Theory) η αποτελεσματική διοίκηση θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη της τα συμφέροντα όλων των ομάδων που έχουν συμφέροντα υπό διακύβευση σε σχέση με την εταιρεία, δηλαδή των κοινωνικών εταίρων (stakeholders). Αυτές οι ομάδες δεν περιορίζονται στους μετόχους της εκάστοτε εταιρείας, αλλά περιλαμβάνουν τους εργαζόμενους, τους πελάτες και την τοπική κοινωνία.

Τι ωθεί λοιπόν τις επιχειρήσεις να υιοθετούν, ολοένα και περισσότερο, πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ; Οι προσδιοριστικοί παράγοντες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι :

- ο αυξανόμενος ακτιβισμός των stakeholders ειδικά μετά από τη δημοσιοποίηση εταιρικών λογιστικών σκανδάλων
- το ότι οι επιχειρήσεις έχουν να αντιμετωπίσουν ολοένα και περισσότερα αιτήματα για διαφάνεια και η ανάγκη τους να μετρούν, να αξιολογούν και να προσπαθούν να βελτιώσουν την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική επίδοσή τους
- η πίεση των ευρωπαϊκών κυβερνήσεων προς τις επιχειρήσεις να αναλάβουν τέτοιες δράσεις
- η κοινωνική ευαισθητοποίηση των επενδυτών πιέζει τις επιχειρήσεις να αναλάβουν κοινωνική και περιβαλλοντική δραστηριότητα
- η κοινωνική ευαισθητοποίηση των καταναλωτών πιέζει τις επιχειρήσεις να αναλάβουν κοινωνική και περιβαλλοντική δραστηριότητα

Τα οφέλη από την ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι :

- χώροι εργασίας. Δημιουργία ελκυστικού περιβάλλοντος, κινήτρου παραγωγικότητας, πίστη και αφοσίωση του προσωπικού και στρατολόγηση ταλαντούχων στελεχών
- αγορά. Ενδυνάμωση του ονόματος της εταιρείας (brand name), δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, καλύτερη πιστοληπτική αξιολόγηση
- περιβάλλον. Οικονομία ενεργειακών πόρων, μείωση αποβλήτων, εξοικονόμηση κόστους
- κοινωνία. Αύξηση του συνολικού εισοδήματος της τοπικής κοινωνίας, αυξημένη ασφάλεια σ' ότι αφορά τις πωλήσεις, βελτίωση της ευημερίας συγκεκριμένων ομάδων

Η κριτική που δέχεται η πολιτική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι ότι οι επιχειρήσεις αναλαμβάνουν τέτοιες δράσεις προσδοκώντας να πετύχουν οφέλη για την επιχείρησή τους χωρίς να πιστεύουν στην έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Για παράδειγμα μία εταιρεία που κάνει μία περιβαλλοντική δραστηριότητα μπορεί να το κάνει όχι γιατί πιστεύει ότι πρέπει να προστατευτεί το περιβάλλον, αλλά επειδή θεωρεί ότι αν το μάθουν οι ευαισθητοποιημένοι καταναλωτές σε περιβαλλοντικά θέματα, θα αγοράσουν τα προϊόντα της και όχι τα προϊόντα ανταγωνιστριών εταιριών που δεν αναπτύσσουν περιβαλλοντικές δράσεις. Είναι έμμεση μορφή διαφήμισης.

3.4. ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Έχοντας ολοκληρώσει τη μελέτη αυτού του κεφαλαίου πρέπει να είστε σε θέση να γνωρίζετε :

- τι είναι επιχειρηματική ηθική
- τι είναι εταιρική κοινωνική ευθύνη
- ποιοι παράγοντες καθορίζουν την επιχειρηματική ηθική
- ποιοι είναι οι στόχοι της επιχειρηματικής ηθικής
- ποιες είναι οι διαστάσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης
- ποια θεωρία υποστηρίζει και ποια μάχεται την εταιρική κοινωνική ευθύνη
- ποιοι είναι οι προσδιοριστικοί παράγοντες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης
- ποια είναι τα πλεονεκτήματα από την ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης
- ποια κριτική ασκείται στην ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

3.5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Arthur, H. (1984), "Making business ethics useful"
- Bruce, A., Langdom, K. (2000). *Project Management*, εκδ. Ελληνικά Γράμματα.
- Claessens J.C.B.,Wendelien van Eerde, Roe.A.R.&. Rutte G.C (2007) "A review of the time management literature", *Personnel Review* vol.36 No 2,2007 pp.255-276
- Huczynski, A., Buchanan, D. (1991). *Organization Behavior*, Prentice Hall, N.Y.
- Jex, J.M. and Elacqua, T.C.(1999), "Time management as a moderator of relations between stressors and employee strain", *Work & Stress*, Vol. 13, pp. 182-91.
- Jones, D.R. (1995). *Organizational Theory*, Addison and Wesley, N.Y
- Καλογεροπούλου, Μ., Μουρδουκούτας, Π. (2009). *Υπηρεσίες Υγείας. Οργάνωση και Αποδοτικότητα, Ποιότητα*, εκδ. Κλειδάριθμος, Αθήνα.
- Κανελλόπουλος Χ. (1990). *Μάνατζμεντ. Αποτελεσματική διοίκηση σε επιχειρήσεις, οργανισμούς και υπηρεσίες*, εκδ. International Publishing, Αθήνα.
- Κάντας, Α. (1995) *Οργανωτική – Βιομηχανική Ψυχολογία*, εκδ. Ελληνικά Γράμματα
- Κέφης, Β. (2005). *Ολοκληρωμένο μάνατζμεντ. Βασικές αρχές για σύγχρονες οικονομικές μονάδες*, εκδ. Κριτική, Αθήνα.
- King, A.C., Winett, R.A. and Lovett, S.B.(1986), "Enhancing coping behaviours in at-risk populations: the effects of time-management instruction and social support in women from dual-earner families", *Behaviour Therapy*, Vol. 17, pp. 57-66.
- Koontz H., O' Donnell C. (1984). *Οργάνωση και διοίκηση. Μία συστηματική και ενδεχομενική ανάλυση των διοικητικών λειτουργιών*, εκδ. Παπαζήσης, Αθήνα.
- Kootz H., Wehrich H. (1990). *Essentials of Management*, McGraw – Hill Publishing Compagny.
- Κουτούζης, Μ. (1999). «Η διαδικασία του ελέγχου», κεφ.10, στο Δικαίος et al (1999) *Βασικές Αρχές Διοίκησης Διαχείρισης Υπηρεσιών Υγείας*, ΕΑΠ, Πάτρα.
- Lakein, A.(1973), *How to Get Control of your Time and Life*, Nal Penguin Inc., New York, NY
- Montana J.P., Charnov, H.B. (2002), *Μάνατζμεντ*, εκδ. Κλειδάριθμος, Αθήνα.
- Μπουραντάς, Δ. (2002). *Μάνατζμεντ. Θεωρητικό υπόβαθρο. Σύγχρονες Πρακτικές*, εκδ. Γ. Μπένου, Αθήνα.
- Mullins, L. (1996). *Management and Organization Behavior*, Pitman Publishing, London.
- Orpen, C.(1994), "The effect of time-management training on employee attitudes and

- behaviour: a field experiment”, *The Journal of Psychology*, Vol. 128, pp. 393-6.
- Robbins, S.P. (1993). *Organization Behavior*, Prentice Hall, N.Y.
- Stoner, J. (1989) *Management*, Free Press, N.Y.
- Williams, K., Johnson, B. (2005). *Εισαγωγή στο μάνατζμεντ. Ένας πρακτικός οδηγός ανάπτυξης*, εκδ. Κριτική, Αθήνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ : ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το διεθνές οικονομικό περιβάλλον επηρεάζει σημαντικά το σύνολο τόσο των διεθνών, όσο και των εθνικών επιχειρήσεων. Οι διεθνείς επιχειρήσεις λαμβάνουν τις επιχειρηματικές του αποφάσεις με βάση τα δεδομένα του διεθνούς οικονομικού περιβάλλοντος. Η μεταβολή στις τιμές των πρώτων υλών (π.χ. η τιμή πετρελαίου), η δομή των εθνικών οικονομικών, η μεταβολή των οικονομικών συνθηκών στις εθνικές οικονομίες επηρεάζουν τις αποφάσεις των διεθνών επιχειρήσεων αναφορικά με τον τόπο εγκατάστασής των, με το είδος της παραγωγικής δραστηριότητάς τους και την αγορά και το κοινό στο οποίο απευθύνεται για να πουλήσει το προϊόν της. Στα πλαίσια αυτού του κεφαλαίου αναλύεται η έννοια του διεθνούς οικονομικού περιβάλλοντος και των στοιχείων που το αποτελούν, τις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ τους και πώς αυτές οι σχέσεις επηρεάζουν τις διεθνείς επιχειρήσεις. Ολοκληρώνοντας τη μελέτη αυτού του κεφαλαίου πρέπει να είστε σε θέση να γνωρίζετε:

- τι είναι το διεθνές περιβάλλον
- ποιοι είναι οι παράγοντες που καθορίζουν το διεθνές περιβάλλον
- τι είναι η διεθνής αγορά συναλλάγματος
- τι είναι συναλλαγματική ισοτιμία
- τι είναι σταθερές και τι κυμαινόμενες συναλλαγματικές ισοτιμίες
- τι είναι ονομαστική και τι πραγματική συναλλαγματική ισοτιμία
- πώς η συναλλαγματική ισοτιμία επηρεάζει τις εισαγωγές – εξαγωγές
- τι είναι δασμός
- πώς η επιβολή των δασμών επηρεάζει την ευημερία της κοινωνίας
- ποιες είναι οι διεθνείς συμφωνίες που αφορούν το διεθνές οικονομικό περιβάλλον
- τι είναι το διεθνές νομισματικό σύστημα
- τι είναι η συνθήκη του Bretton Woods
- τι είναι η ευρωζώνη και το ευρώ
- τι είναι η συμφωνία GATT και
- τι είναι ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου

4.2. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Η διεθνής επιχείρηση η οποία δραστηριοποιείται ή και έχει οικονομικές συναλλαγές και εκτός εθνικών συνόρων, δρα και δραστηριοποιείται εντός ενός διεθνούς οικονομικού περιβάλλοντος. Ακόμη και επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στην εθνική αγορά (για παράδειγμα παράγουν και πωλούν εντός των εθνικών συνόρων) επηρεάζονται εξίσου σημαντικά από το διεθνές οικονομικό περιβάλλον. Οι περισσότερες παραγωγικές επιχειρήσεις στηρίζονται σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό στην εισαγωγή πρώτων υλών και ως εκ τούτου συνδέονται και επηρεάζονται από το τι συμβαίνει στο διεθνές οικονομικό περιβάλλον. Ας σκεφτούμε και το θέμα της χρηματοδότησης μιας επιχείρησης. Ο τρόπος αναζήτησης χρηματοοικονομικών πόρων αναγκάζει τις επιχειρήσεις, είτε είναι διεθνείς είτε εθνικές, να τους αναζητήσουν και εκτός εθνικών αγορών.

Το διεθνές οικονομικό περιβάλλον επηρεάζει όλες τις επιχειρήσεις και όχι μόνο αυτές που προσδιορίζονται ως διεθνείς επιχειρήσεις. Ποιοι είναι όμως οι παράγοντες που καθορίζουν και οριοθετούν την έννοια του διεθνούς οικονομικού περιβάλλοντος¹⁶;

Το περιβάλλον της επιχείρησης διακρίνεται σε εσωτερικό και σε εξωτερικό. Το εσωτερικό περιβάλλον περιλαμβάνει παράγοντες που σχετίζονται άμεσα με την οργάνωση της ίδιας της επιχείρησης, όπως οι χρηματοοικονομικοί, φυσικοί κ.α. πόροι. Το εξωτερικό περιβάλλον διακρίνεται σε άμεσο και έμμεσο περιβάλλον. Το άμεσο ξένο περιβάλλον περιλαμβάνει στοιχεία που αφορούν τις σχέσεις της επιχείρησης με τους προμηθευτές, καταναλωτές, τις τράπεζες, το δημόσιο τομέα, τα συνδικάτα κ.α.. Το έμμεσο ξένο περιβάλλον περιλαμβάνει το οικονομικό περιβάλλον (πληθωρισμός, ΑΕΠ, επιτόκια κ.α.), το νομικό, το τεχνολογικό, το κοινωνικο-δημογραφικό, το πολιτικό και το οικολογικό ή φυσικό περιβάλλον.

Σύμφωνα με τον Jones (2013) η έννοια του περιβάλλοντος αναφέρεται στο σύνολο των δυνάμεων και των συνθηκών που λειτουργούν πέρα από τα σύνορα του οργανισμού / επιχείρησης, αλλά επηρεάζουν την ικανότητά του να αποκτήσουν και να χρησιμοποιήσουν πόρους για να δημιουργήσουν αξία. Το οικονομικό περιβάλλον περιλαμβάνει όλους εκείνους τους εξωτερικούς παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν μία επιχείρηση. Το οικονομικό

¹⁶ βλ. Θανάπουλος (2012), Καλογεροπούλου και Μουρδουκούτας (2009, σ.32-36) και <http://study.com/academy/lesson/what-is-the-economic-environment-in-business-definition-importance-factors.html> και http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=62&ved=0CClQFjABODxqFQoTCLHHuve10MYCFQmKL AodAScA6w&url=http%3A%2F%2Fwww.icsd.aegean.gr%2Fwebsite_files%2Fmetapyxiako%2F402697473.ppt&ei=U6efVfHREYmUsgGBzoDYDg&usq=AFQjCNHw4HYQilpH4aiftsqIKRPRLiJyQ&sig2=CsfblwLTP0HZYtENX1B9A

περιβάλλον διαιρείται σε μικροοικονομικό και σε μακροοικονομικό περιβάλλον. Το μικροοικονομικό περιβάλλον περιλαμβάνει παράγοντες που επηρεάζουν τις αποφάσεις των επιχειρήσεων όπως οι δράσεις των καταναλωτών και των ανταγωνιστριών επιχειρήσεων, ενώ το μακροοικονομικό περιβάλλον περιλαμβάνει παράγοντες που επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα το σύνολο της οικονομίας και όλων των συμμετεχόντων σε αυτήν, συμπεριλαμβανομένων και των επιχειρήσεων. Τέτοιοι παράγοντες είναι οι φόροι, τα επιτόκια, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες, ο πληθωρισμός κ.α.

Στην περίπτωση του διεθνούς οικονομικού περιβάλλοντος οι παράγοντες που το προσδιορίζουν συνδέονται άμεσα με το διεθνές περιβάλλον και επηρεάζουν τις επιχειρήσεις είναι η κίνηση χρηματικών κεφαλαίων και εργατικού δυναμικού, οι εμπορικές ανταλλαγές αγαθών και υπηρεσιών καθώς και ο ρόλος των διεθνών οργανισμών και ενώσεων.

Οι μεταβολές στις διεθνείς χρηματαγορές, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες των νομισμάτων, ο προστατευτισμός στο διεθνές εμπόριο επηρεάζουν σημαντικά τόσο τις εθνικές, όσο και διεθνείς επιχειρήσεις. Ο ρόλος των διεθνών οργανισμών και ενώσεων επηρεάζουν εξίσου σημαντικά τις επιχειρηματικές αποφάσεις και τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων.

4.3. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

4.3.1. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΙΕΘΝΩΝ ΑΓΟΡΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΣ, ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ - ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ¹⁷

4.3.1.1. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ τους στις ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η αγορά συναλλάγματος είναι μία από τις σημαντικότερες αγορές που επηρεάζει άμεσα τη λειτουργία των επιχειρήσεων. Η διεθνής ανταλλαγή αγαθών και υπηρεσιών είναι εφικτή με τη χρήση ενός διεθνούς χρήματος που είναι αποδεκτό από όλους του συναλλασσόμενους. Η ύπαρξη διεθνούς χρήματος διευκολύνει τις συναλλαγές μεταξύ αγαθών και υπηρεσιών. Ως εκ τούτου στην αγορά συναλλάγματος το διαπραγματευόμενο αγαθό είναι το συνάλλαγμα. Άρα στην ουσία στην αγορά συναλλάγματος γίνεται ανταλλαγή μεταξύ του εθνικού νομίσματος και του ξένου νομίσματος (συναλλάγματος) και καθορίζεται η τιμή στην οποία ανταλλάσσεται το εθνικό νόμισμα σε σχέση με το διεθνές νόμισμα.

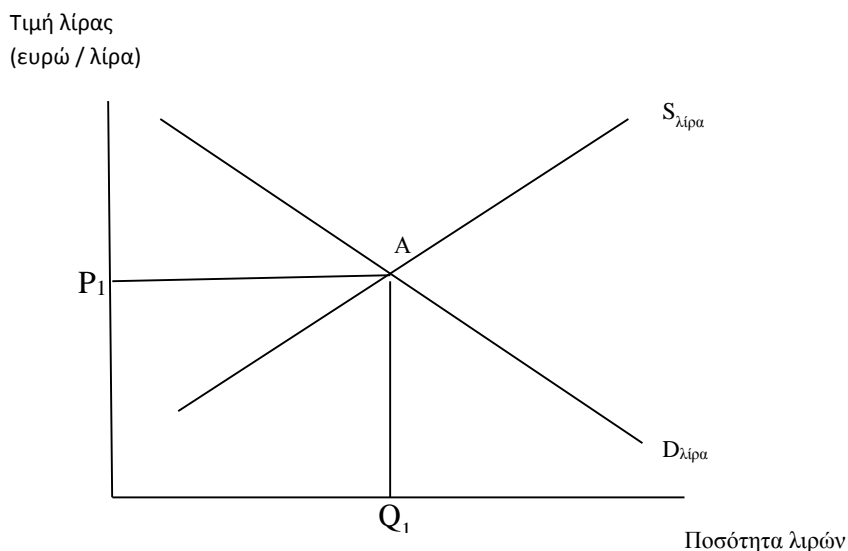
¹⁷ Η ενότητα αυτή συγγράφηκε αντλώντας πληροφορίες από Πουρναράκης (1981), Abel and Bernanke (2002), Kindlerberger (1969), Miller and VanHoose (1993) και Samuelson and Nordhaus (1998)

Τα βασικά χαρακτηριστικά της αγοράς συναλλάγματος είναι : α) η αγορά θεωρείται πλήρως ανταγωνιστική ως προς την ομοιογένεια του ανταλλασσόμενου προϊόντος (χρήμα) και β) ο τόπος ανταλλαγής χρήματος δεν είναι αυστηρά προκαθορισμένος. Η αγοραπωλησία συναλλάγματος επιτυγχάνεται μέσω των τραπεζών, ο ρόλος των οποίων είναι ιδιαίτερα σημαντικός.

Οι λόγοι που ζητούμε συνάλλαγμα είναι πολλοί. Η ζήτηση συναλλάγματος οφείλεται κυρίως : α) στη διεθνή ανταλλαγή αγαθών και υπηρεσιών των οποίων οι εμπορευματικές πληρωμές γίνονται σε συνάλλαγμα και β) για την απόκτηση περιουσιακών τίτλων στο εξωτερικό, για την εξόφληση δανείων κ.α. Η ζήτηση για συνάλλαγμα έχει αρνητική κλίση σε αντίθεση με την προσφορά συναλλάγματος που έχει θετική κλίση.

Όπως αναφέραμε προηγουμένως η τιμή στην οποία καθορίζεται η ανταλλαγή ενός νομίσματος σε σχέση με ένα άλλο νόμισμα ονομάζεται συναλλαγματική ισοτιμία. Αν ανταλλάξουμε για παράδειγμα 1000 ευρώ με 710 αγγλικές λίρες τότε η συναλλαγματική ισοτιμία του ευρώ είναι 1:0,71 δηλαδή η τιμή του ευρώ σε αγγλικές λίρες είναι 1 ευρώ αξίζει όσο 0,71 αγγλικές λίρες. Η συναλλαγματική ισοτιμία ευρώ / αγγλικής λίρας εξαρτάται από τη ζήτηση και την προσφορά συναλλάγματος.

Διάγραμμα 1 : Καθορισμός της συναλλαγματικής ισοτιμίας του ευρώ



Στο ανωτέρω διάγραμμα η ζήτηση για αγγλικές λίρες ισούται εκ των πραγμάτων με την προσφορά ευρώ και η προσφορά για αγγλικές λίρες ισούται με τη ζήτηση ευρώ. Στο

σημείο Α επιτυγχάνεται η ισορροπία και καθορίζεται η συναλλαγματική ισοτιμία ευρώ / αγγλικής λίρας ή με άλλα λόγια η τιμή του ευρώ σε όρους αγγλικής λίρας. Η μετατόπιση είτε της καμπύλης ζήτησης είτε της καμπύλης προσφοράς για ευρώ έχει ως αποτέλεσμα μία νέα ισορροπία και ως εκ τούτου μία νέα συναλλαγματική ισοτιμία.

Η ζήτηση για αγγλικές λίρες προσδιορίζεται κυρίως μέσα από παράγοντες που έχουν σχέση με τη χώρα που το νόμισμά της είναι το ευρώ. Η αγορά ξένων αγαθών και υπηρεσιών από τους κατοίκους της χώρας έχει ως αποτέλεσμα να αυξάνεται η ζήτηση για αγγλικές λίρες. Παρόμοια είναι και η επίπτωση από την αύξηση των εισαγωγών σε πρώτες ύλες και άλλους παραγωγικούς συντελεστές οι τιμές των οποίων είναι σε αγγλικές λίρες. Αντίστροφα η προσφορά για αγγλικές λίρες σχετίζεται με την επιθυμία των κατοίκων και των επιχειρήσεων της ξένης χώρας να αγοράσει δικά μας προϊόντα και υπηρεσίες.

Με την πάροδο του χρόνου η συναλλαγματική ισοτιμία καθορίζεται όχι μόνο από τη ζήτηση για αγορά ξένων αγαθών και υπηρεσιών, αλλά και από τη μετακίνηση κεφαλαίων για επενδύσεις στη χώρα. Για παράδειγμα η μετακίνηση κεφαλαίων στην αγορά ομολόγων επηρεάζει τη συναλλαγματική ισοτιμία. Η αύξηση της ζήτησης για αγορά δικών μας ομολόγων έχει ως συνέπεια την αύξηση της προσφοράς των αγγλικών λιρών και αντίστοιχα τη ζήτηση για ευρώ με αποτέλεσμα να επηρεάζεται η συναλλαγματική ισοτιμία. Η βελτίωση της οικονομικής κατάστασης της χώρας είτε στο δημοσιονομικό τομέα είτε στο ισοζύγιο πληρωμών επηρεάζει με τη σειρά της τη συναλλαγματική ισοτιμία. Όσο μεγαλύτερα ελλείμματα παρουσιάζει μία χώρα, τόσο περισσότερο δανείζεται από το εξωτερικό, δηλαδή εκδίδει ομόλογα, και αυτό επηρεάζει τη συναλλαγματική ισοτιμία αφού αυξάνεται η προσφορά ξένου νομίσματος στη χώρα. Το ισοζύγιο πληρωμών της χώρας επηρεάζει και αυτό με τη σειρά του τη συναλλαγματική ισοτιμία. Όσο περισσότερο ελλειμματικό είναι το ισοζύγιο πληρωμών (για παράδειγμα το εμπορικό ισοζύγιο) τόσο περισσότερες είναι οι εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών σε σχέση με τις εξαγωγές και ως εκ τούτου τόσο περισσότερο θα αυξάνεται η ζήτηση για αγορά ξένου συναλλάγματος.

Το σύστημα όπου η συναλλαγματική ισοτιμία καθορίζεται μέσα από τη ζήτηση και την προσφορά συναλλάγματος, τότε το σύστημα αυτό ονομάζεται σύστημα κυμαινόμενων συναλλαγματικών ισοτιμιών. Στο παρελθόν η αξία των νομισμάτων δεν προσδιοριζόταν μέσα από ένα σύστημα κυμαινόμενων συναλλαγματικών ισοτιμιών, αλλά μέσα από ένα σύστημα σταθερών συναλλαγματικών ισοτιμιών όπου το επίπεδο των συναλλαγματικών ισοτιμιών καθοριζόταν επίσημα. Οι επίσημες συναλλαγματικές ισοτιμίες διατηρούνταν λόγω της πολιτικής που ασκούσαν οι κεντρικές τράπεζες με την αγορά και πώληση συναλλάγματος για τη διατήρηση της συναλλαγματικής ισοτιμίας του εθνικού νομίσματος. Σε περίπτωση που

εκδηλωνόταν πώληση του εθνικού νομίσματος στις διεθνείς συναλλαγματικές αγορές παρέμβαινε η κεντρική τράπεζα η οποία αγόραζε το εθνικό νόμισμα προσφέροντας τα συναλλαγματικά της διαθέσιμα για να στηρίξει τη συναλλαγματική ισοτιμία.

Στο παρελθόν και ειδικότερα στα τέλη του 19ου με αρχές εικοστού αιώνα συναντάμε ένα σύστημα σταθερών συναλλαγματικών ισοτιμιών, γνωστό ως το σύστημα του χρυσού κανόνα. Με βάση το σύστημα αυτό οι κεντρικές τράπεζες προσδιόριζαν την αξία του νομίσματός τους στη βάση του χρυσού όπου συμφωνούσαν να αγοράσουν ή να πουλήσουν χρυσό με το νόμισμά τους για να διατηρήσουν σταθερή συναλλαγματική ισοτιμία. Το σύστημα αυτό σταμάτησε να εφαρμόζεται στη διάρκεια του Πρώτου Παγκόσμιου Πολέμου, υιοθετήθηκε προσωρινά στα τέλη της δεκαετίας του '20 και εγκαταλείφθηκε οριστικά μετά την κρίση του 29-30.

Το επόμενο σύστημα σταθερών συναλλαγματικών ισοτιμιών που εφαρμόστηκε ήταν το σύστημα Bretton Woods. Το σύστημα αυτό καθιερώθηκε το 1944 και η αξία των διαφόρων νομισμάτων ήταν σταθερή ως προς το αμερικάνικο δολάριο. Το σύστημα του Bretton Woods λειτούργησε μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του '70 και στη συνέχεια, λόγω των προβλημάτων που προκάλεσε σε αυτό ο υψηλός πληθωρισμός εκείνης της περιόδου, εγκαταλείφθηκε. Από τότε δεν εφαρμόζεται κάποιο σύστημα σταθερών συναλλαγματικών ισοτιμιών. Ορισμένες οικονομικά ασθενέστερες χώρες συνέδεσαν για κάποια χρονικά διαστήματα το εθνικό τους νόμισμα με το νόμισμα μιας οικονομικά ανεπτυγμένης χώρας (π.χ. ορισμένες αφρικανικές χώρες συνέδεσαν το νόμισμά τους με το γαλλικό νόμισμα, η Αργεντινή το δικό της νόμισμα με το αμερικανικό δολάριο κ.α.) για να προστατευτούν από τις διακυμάνσεις της συναλλαγματικής ισοτιμίας.

Οι προσδιοριστικοί παράγοντες που καθορίζουν – επηρεάζουν τη συναλλαγματική ισοτιμία είναι¹⁸ :

- α) η αύξηση του εγχωρίου προϊόντος προκαλεί μείωση της συναλλαγματικής ισοτιμίας
- β) η αύξηση του ξένου εθνικού εισοδήματος προκαλεί αύξηση της συναλλαγματικής ισοτιμίας
- γ) η αύξηση του εγχωρίου πραγματικού επιτοκίου αυξάνει τη συναλλαγματική ισοτιμία
- δ) η αύξηση του ξένου πραγματικού επιτοκίου μειώνει τη συναλλαγματική ισοτιμία
- ε) η αύξηση της διεθνούς ζήτησης για τα εγχώρια αγαθά αυξάνει τη συναλλαγματική ισοτιμία

¹⁸ βλ. Abel and Bernanke (2002, τόμος Β, σ.302).

Η συναλλαγματική ισοτιμία επηρεάζει σημαντικά τις εισαγωγές – εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών, τον πληθωρισμό και το εισόδημα της χώρας. Η συναλλαγματική ισοτιμία, δηλαδή η τιμή του νομίσματος, ονομάζεται και ονομαστική συναλλαγματική ισοτιμία και δείχνει τον αριθμό των μονάδων που πρέπει να δώσουμε από το εθνικό μας νόμισμα για να αγοράσουμε μία μονάδα από το ξένο νόμισμα. Εκτός όμως της ονομαστικής συναλλαγματικής υπάρχει και η πραγματική συναλλαγματική ισοτιμία¹⁹. Με τον όρο πραγματική συναλλαγματική ισοτιμία εννοούμε το σύνολο των ξένων αγαθών που μπορούμε να ανταλλάξουμε με ένα δικό μας αγαθό. Με άλλα λόγια μας δείχνει την πραγματική αξία του δικού μας αγαθού σε σχέση με τα ξένα αγαθά λαμβάνοντας υπόψη τόσο την ονομαστική συναλλαγματική ισοτιμία, όσο και τις τιμές των εγχώριων και ξένων αγαθών. Ο μαθηματικός τύπος με βάση τον οποίο προσδιορίζεται η πραγματική συναλλαγματική ισοτιμία είναι ο ακόλουθος :

$$e = e_{nom} \cdot \frac{P}{P_{for}}$$

Όπου e = πραγματική συναλλαγματική ισοτιμία

e_{nom} = ονομαστική συναλλαγματική ισοτιμία

P = τιμές εγχώριων αγαθών

P_{for} = τιμές ξένων αγαθών

Όσο μεταβάλλεται η συναλλαγματική ισοτιμία χωρίς να μεταβάλλονται οι τιμές των εγχώριων και ξένων αγαθών, τόσο μεταβάλλεται η πραγματική συναλλαγματική ισοτιμία και άρα η αναλογία στην οποία ανταλλάσσουμε ένα εγχώριο αγαθό με ξένα αγαθά. Η μεταβολή της ονομαστικής συναλλαγματικής ισοτιμίας μπορεί να οδηγήσει σε υποτίμηση ή υπερτίμηση του εθνικού νομίσματος. Υποτίμηση του εθνικού νομίσματος σημαίνει ότι μειώνεται η αξία του εθνικού νομίσματος σε σχέση με τις τιμές των ξένων νομισμάτων. Αυτό επηρεάζει και την πραγματική αναλογία μεταξύ εγχώριων και ξένων αγαθών χωρίς να έχουν μεταβληθεί οι ονομαστικές τους τιμές. Από τη στιγμή που το εθνικό νόμισμα μειώνεται, δηλαδή χάνει μέρος της αξίας του, τότε το εγχώριο προϊόν σε πραγματικούς όρους γίνεται φτηνότερο για τους ξένους με αναμενόμενες θετικές επιπτώσεις στις εξαγωγές. Από την άλλη η υποτίμηση του εθνικού νομίσματος καθίσταται τα ξένα προϊόντα ακριβότερα για εμάς και ως εκ τούτου

¹⁹ βλ. Abel and Bernanke (2002, τόμος Β, σ.286).

υπάρχει μία τάση μείωση των εισαγωγών. Το πώς θα επηρεαστούν οι εισαγωγές και οι εξαγωγές εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό και από άλλους παράγοντες που καθορίζουν τις ελαστικότητες της ζήτησης και της προσφοράς. Σύμφωνα με τη συνθήκη των Marshall – Lerner²⁰ η βελτίωση του ισοζυγίου πληρωμών μετά την υποτίμηση της εγχώριας νομισματικής μονάδας μιας χώρας βασίζεται σε δύο υποθέσεις : α) οι τιμές των εξαγωγών σε εγχώριες τιμές παραμένουν σταθερές, δηλαδή οι καμπύλες προσφοράς είναι πλήρως ελαστικές και β) το ισοζύγιο πληρωμών βρίσκεται αρχικά σε ισορροπία.

Επίσης η ίδια η δομή της οικονομίας παίζει σημαντικό ρόλο σε ότι αφορά την επίπτωση της υποτίμησης του εθνικού εισοδήματος στο ισοζύγιο πληρωμών. Οικονομίες που είναι πολύ μικρές και εξαρτώνται, κυρίως σε ότι αφορά τις πρώτες ύλες, από το εξωτερικό, θα δουν να αυξάνεται πολύ γρήγορα το κόστος παραγωγής τους εξαιτίας της υποτίμησης του εθνικού νομίσματος. Η αύξηση του κόστους παραγωγής θα μετακυλήσει στην τιμή του προϊόντος, κάνοντάς το να γίνεται σχετικά πιο ακριβό σε σχέση με τα αντίστοιχα ξένα προϊόντα και να μειώνονται με τον τρόπο αυτό οι εξαγωγές.

Σε κάθε περίπτωση η μεταβολή της συναλλαγματικής ισοτιμίας ενός νομίσματος επηρεάζει το διεθνές οικονομικό περιβάλλον και ως εκ τούτου και τις επιχειρήσεις που εντάσσονται σε αυτό.

4.3.1.2. ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ, ΘΕΩΡΙΑ ΔΑΣΜΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ²¹

Η ένταξη των επιχειρήσεων στο διεθνές περιβάλλον μέσω των οικονομικών τους συναλλαγών συνδέεται άμεσα με το διεθνές εμπόριο. Οι επιχειρήσεις αγοράζουν και πωλούν αγαθά και υπηρεσίες όχι μόνο εντός των εθνικών συνόρων, αλλά και εκτός αυτών. Ένα από τα θέματα που απασχολούν το διεθνές εμπόριο είναι η ύπαρξη ή όχι προστατευτισμού. Στα πλαίσια του διεθνούς εμπορίου η ύπαρξη προστατευτισμού αλλοιώνει τη δομή του ανταγωνισμού και της ελεύθερης αγοράς. Ο προστατευτισμός εκδηλώνεται μέσω της παρέμβασης του κράτους είτε επί της τιμής, είτε επί της ποσότητας του εισαγόμενου προϊόντος. Έμμεσα θα μπορούσε η κρατική παρέμβαση να εστιάσει στη μείωση της τιμής του εγχώριου προϊόντος επιδοτώντας την επιχείρηση που το παράγει και καθιστώντας το με τον τρόπο αυτό αν φτηνότερο και άρα ανταγωνιστικότερο.

Τα μέσα που μια χώρα χρησιμοποιεί για να επηρεάσει το διεθνές εμπόριο γίνεται είτε με τη χρήση των δασμών είτε με τη χρήση άμεσων ελέγχων επί του εμπορίου. Με τον όρο δασμό εννοούμε το φόρο που επιβάλλεται πάνω στην τιμή του αγαθού και που αποσκοπεί να

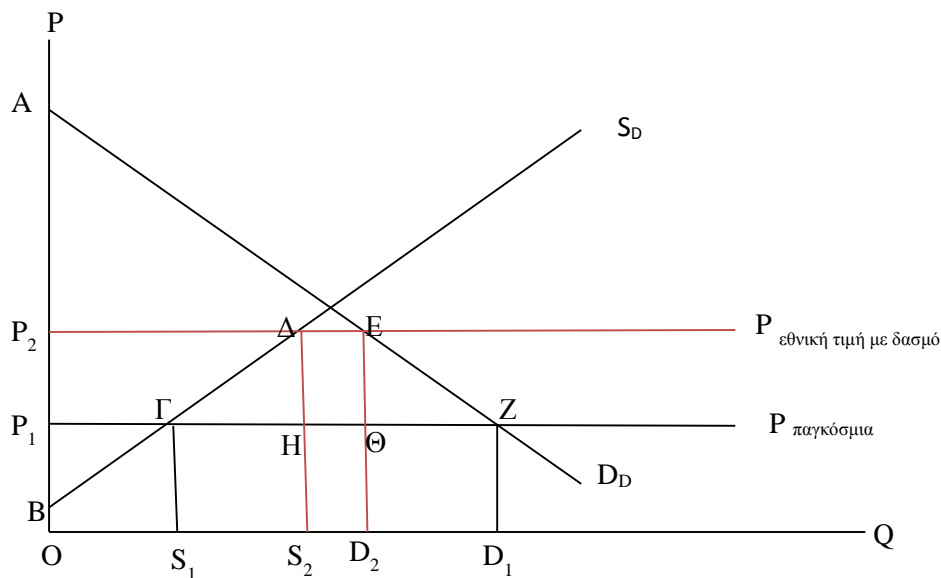
²⁰ βλ. Πουρναράκης (1981, σ. 334)

²¹ βλ. Γεωργακόπουλος et al (2007) και Lindert and Pugel (1996)

μειώσει την ποσότητα του αγαθού που πρόκειται να αγορασθεί. Διακρίνουμε τρία είδη δασμών²²: α) δασμός επί της αξίας του προϊόντος (ad valorem), β) προκαθορισμένος ή ειδικός δασμός και γ) σύνθετος δασμός. Ο δασμός επί της αξίας του προϊόντος είναι ένα σταθερό ποσοστό πάνω στην αξία του προϊόντος, ο προκαθορισμένος ή ειδικός δασμός είναι ένα σταθερό ποσό κατά μονάδα αγαθού και ο σύνθετος δασμός είναι ένας συνδυασμός των δύο προηγούμενων.

Οι δασμοί έχουν διάφορες επιδράσεις τόσο πάνω στους καταναλωτές, όσο και στους παραγωγούς. Στο ακόλουθο διάγραμμα παρουσιάζονται οι επιπτώσεις στους καταναλωτές, στους παραγωγούς και στα έσοδα του κράτους από την επιβολή ενός δασμού.

Διάγραμμα 2 : Οι επιπτώσεις από την επιβολή του δασμού



Στο ανωτέρω διάγραμμα πριν την επιβολή δασμού, η τιμή που είχε ο καταναλωτής ήταν $P_{\text{παγκόσμια}}$ και ο καταναλωτής αγοράζει ποσότητα ίση με OD_1 . Από την ποσότητα αυτή OS_1 προέρχεται από την εσωτερική παραγωγή και S_1D_1 είναι εισαγωγές. Το πλεόνασμα του καταναλωτή είναι AP_1Z και το πλεόνασμα του παραγωγού είναι $BP_1\Gamma$. Όταν η κυβέρνηση επιβάλει δασμό επί της τιμής του εισαγόμενου προϊόντος, τότε η τιμή του προϊόντος αυξάνεται. Η ζητούμενη ποσότητα μειώνεται από OD_1 σε OD_2 . Η νέα ζητούμενη ποσότητα προέρχεται από την εσωτερική παραγωγή (OS_2) η οποία αυξήθηκε και από εισαγωγές (S_2D_2)

²² βλ. Γεωργακόπουλος et al (2007, σ.519)

οι οποίες μειώθηκαν. Αντίστοιχα το πλεόνασμα του καταναλωτή μειώθηκε σε AP₂E και το πλεόνασμα του παραγωγού αυξήθηκε (BP₂D). Ταυτόχρονα αυξήθηκαν τα δημόσια έσοδα κατά το ποσό ΔΕΘΗ (ο δασμός x την εισαγόμενη ποσότητα).

Εκτός από την επιβολή του δασμού ως φόρο επί της τιμής, το κράτος μπορεί να ακολουθήσει την πολιτική επιβολής ποσόστωσης, δηλαδή τον περιορισμό στην συνολική ποσότητα ή στη συνολική αξία των εισαγωγών. Μία συνήθης μορφή ποσόστωσης είναι ο εκούσιος περιορισμός των εξαγωγών (Voluntary export restraints) όπου η χώρα αναγκάζεται από μόνη της να περιορίσει τις εξαγωγές της προς κάποια άλλη χώρα. Υπάρχουν και άλλες μορφές κρατικής παρέμβασης²³ όπως ο διαφορισμός της φορολογίας υπέρ της εγχώριας παραγωγής, οι επιδοτήσεις της εθνικής παραγωγής, η απαγόρευση εισαγωγών, ο έλεγχος συναλλάγματος και άλλα μη δασμολογικά εμπόδια.

Η ύπαρξη δασμολογικής πολιτικής έχει υπέρμαχους και πολέμιους. Οι υπέρμαχοι από την εφαρμογή της δασμολογικής πολιτικής αναδεικνύουν τις θετικές της επιπτώσεις όπως είναι : α) η εξειδίκευση της παραγωγής κάθε χώρας εκεί όπου έχει συγκριτικό πλεονέκτημα, β) αύξηση της παραγωγής της χώρας και της παγκόσμιας παραγωγής, γ) χαμηλότερες τιμές και αύξηση της κατανάλωσης. Θεωρούν επίσης ότι η ύπαρξη δασμού είναι απαραίτητος για να εξισωθεί το κόστος παραγωγής, ο δασμός είναι πηγή δημοσίων εσόδων και βοηθάει στην καταπολέμηση της ανεργίας στηρίζοντας τις εθνικές επιχειρήσεις. Αντίθετα οι πολέμοι της δασμολογικής πολιτικής θεωρούν ότι ο δασμός πλήττει τις ντόπιες επιχειρήσεις γιατί δεν τις αφήνει να εκσυγχρονιστούν και να γίνουν ανταγωνιστικές. Θεωρούν επίσης ότι η παρέμβαση επηρεάζει τις αποφάσεις των καταναλωτών και των παραγωγών μειώνοντας τη συνολική ευημερία αν θεωρήσουμε ότι η αγορά από μόνη της χωρίς καμία παρέμβαση οδηγεί στη μεγιστοποίηση της ευημερίας της κοινωνίας.

4.3.2. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΟΓΑΝΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ

Στη διεθνή αγορά και γενικότερα στο διεθνές οικονομικό περιβάλλον δρουν διεθνείς οργανισμοί οι οποίοι καταλήγουν σε συμφωνίες που επηρεάζουν σημαντικά την εξέλιξη των οικονομικών σχέσεων μεταξύ όσων δραστηριοποιούνται στη διεθνή αγορά ή και επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα στη διεθνή αγορά.

Σε ότι αφορά το διεθνές χρηματοπιστωτικό σύστημα και ειδικότερα το νομισματικό σύστημα παρατηρούμε τις αλλαγές οι οποίες έχουν γίνει εδώ και δεκαετίες και έχουν

²³ βλ. Γεωργακόπουλος et al (2007, σ.522-523)

επηρεάσει τις παγκόσμιες συναλλαγές και τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο διεθνές οικονομικό περιβάλλον.

Η εξέλιξη του Διεθνούς Νομισματικού Συστήματος²⁴

Το διεθνές νομισματικό σύστημα είναι το πλαίσιο μέσα από το οποίο συνδέονται οι διάφορες εθνικές οικονομίες. Τα βασικά ερωτήματα που καλούνται να απαντήσουν οι εθνικές οικονομίες είναι ο καθορισμός των συναλλαγματικών ισοτιμιών, η επίτευξη εσωτερικής και εξωτερικής ισορροπίας με την άσκηση νομισματικής πολιτικής και η ελεύθερη κίνηση κεφαλαίων. Ο τρόπος με τον οποίο λειτουργεί το διεθνές νομισματικό σύστημα επηρεάζει άμεσα τις εθνικές οικονομίες και τις επιχειρήσεις κυρίως τις διεθνείς, αλλά και τις εθνικές.

Η πρώτη μορφή θεσμοθετημένου νομισματικού συστήματος εμφανίζεται στις αρχές του 19^{ου} αιώνα και στηρίζεται στο διμεταλλικό νομισματικό σύστημα της Γαλλίας. Έχουμε ένα σύστημα σταθερών ισοτιμιών με βάση τον άργυρο και το χρυσό όπου η σχέση χρυσού και αργύρου είναι 1 : 15,5. Στα πλαίσια αυτού του νομισματικού συστήματος οι όποιες ανισορροπίες εμφανίζονται και επηρεάζουν άμεσα τη σταθερή ισοτιμία επιλύονται μέσω των ροών των πολύτιμων μετάλλων.

Το διμεταλλικό σύστημα το διαδέχεται ο κανόνας του χρυσού (1870 – 1914). Το σύστημα αυτό στηρίζεται στη χρήση του χρυσού ως του μόνου μέσου διεθνών πληρωμών. Η προσφορά χρήματος συνδέεται με την ποσότητα χρυσού που διαθέτει η χώρα και η σχέση αυτή είναι σταθερή. Μέσω του συστήματος αυτού επιτυγχάνεται σταθερότητα των τιμών και συναλλαγματικών ισοτιμιών. Οι διαταραχές στο ισοζύγιο πληρωμών διορθώνονται με τις ροές χρυσού και συναλλάγματος. Το σύστημα του διεθνούς κανόνα χρυσού κατέρρευσε με την έναρξη του Α' Παγκόσμιου Πολέμου αφού δεν τηρείται πλέον η μετατρεψιμότητα των νομισμάτων σε χρυσό.

Την περίοδο του Μεσοπολέμου (1918 – 1939) επικρατούν οι κυμαινόμενες ισοτιμίες και η νομισματική αστάθεια που οδηγούν στο συντονισμό μεταξύ των χωρών για την επαναφορά του κανόνα χρυσού την περίοδο 1924 – 1926. Το 1931 επέρχεται η κατάρρευση του συστήματος. Μέχρι το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο επικρατούν οι κυμαινόμενες ισοτιμίες, συναλλαγματικοί περιορισμοί και προστατευτισμός.

Την περίοδο 1944 – 1971 καθιερώνεται το σύστημα του Bretton Woods μετά από τη διεθνή διάσκεψη στο Bretton Woods του New Hampshire. Στα πλαίσια της εν λόγω

²⁴ Σχετικά με τη διαμόρφωση του Διεθνούς Νομισματικού Συστήματος βλ. Αλογοσκούφης και Λαζαρέτου (2002), Eichengreen (2008) και <https://alogoskoufis.files.wordpress.com/2012/02/intmac-ch-2.pdf> και <https://internecon.files.wordpress.com/2013/05/slides-internecon-lect-20.pdf>

διάσκεψης συζητήθηκαν και συμφωνήθηκαν οι βασικές αρχές του διεθνούς νομισματικού συστήματος, η ίδρυση του Διεθνούς Νομισματικού Συστήματος και της Διεθνούς Τράπεζας. Το αποτέλεσμα της δημιουργίας του Bretton Woods είναι η δημιουργία ενός συστήματος σταθερών αλλά προσαρμόσιμων ισοτιμιών βασιζόμενων στον κανόνα χρυσού – συναλλάγματος. Οι ανισοροπίες και ειδικότερα τα ελλείμματα στο ισοζύγιο πληρωμών ρυθμιζόνταν με τον δανεισμό των ελλειμματικών χωρών από το ΔΝΤ ώστε να διατηρείται σταθερή η συναλλαγματική ισοτιμία. Υπήρχε και η δυνατότητα υποτίμησης του εθνικού νομίσματος σε περίπτωση σημαντικής ανισοροπίας και ήταν περιορισμένη η μετατρεψιμότητα σε χρυσό ή συνάλλαγμα. Από τα μέσα της δεκαετίας του 60 αρχίζουν οι κλυδωνισμοί και οι αμφισβητήσεις της ικανότητας του συστήματος Bretton Woods εξαιτίας των αποκλίσεων των δημοσιονομικών και νομισματικών πολιτικών των σημαντικότερων οικονομικά ανεπτυγμένων χωρών. Το 1971 έγινε η τελευταία προσπάθεια διάσωσης του καθεστώτος των σταθερών ισοτιμιών που απέβη άκαρπη και το 1973 υιοθετείται το σύστημα των κυμαινόμενων ισοτιμιών που ισχύει μέχρι και σήμερα.

Το βασικό χαρακτηριστικό του συστήματος είναι οι ελεύθερα κυμαινόμενες ισοτιμίες, το δολάριο παραμένει το κυρίαρχο νομισματικό απόθεμα και υπάρχει χαλαρός συντονισμός των μακροοικονομικών πολιτικών. Οι κύριες βιομηχανικές χώρες έχουν επιλέξει τις κυμαινόμενες ισοτιμίες, ενώ ορισμένες αναδυόμενες οικονομίες έχουν επιλέξει τις σταθερές ισοτιμίες συνδέοντας το νόμισμά τους κυρίως με το δολάριο.

Το 1978 δημιουργείται το Ευρωπαϊκό Νομισματικό Σύστημα με σκοπό την εξασφάλιση της σταθερότητας των συναλλαγματικών ισοτιμιών στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα. Αυτή η σταθερότητα κρίθηκε απαραίτητη για την αποτελεσματική λειτουργία των άλλων πολιτικών της Κοινότητας. Δημιουργήθηκε η Ευρωπαϊκή Νομισματική Μονάδα (ECU) και για κάθε εθνικό νόμισμα υπήρχε μία κεντρική ισοτιμία ως προς το ECU. Το δεύτερο στοιχείο του συστήματος είναι η δημιουργία Μηχανισμού Συναλλαγματικών Ισοτιμιών το οποίο εξασφαλίζει σταθερές ισοτιμίες με πολύ μικρές διακυμάνσεις. Το τρίτο στοιχείο του συστήματος είναι οι χρηματοδοτικές διευκολύνσεις. Το τελευταίο στοιχείο του συστήματος είναι οι περιοδικές αναδιατάξεις των κεντρικών ισοτιμιών. Ο ρόλος του γερμανικού μάρκου και της Bundesbank (Κεντρική Τράπεζα Γερμανίας) ήταν ιδιαίτερα σημαντικός στα πλαίσια του ΕΝΣ.

Το 1992 με τη Συνθήκη του Μάαστριχτ 12 ευρωπαϊκές χώρες κινούνται προς την κατεύθυνση ενός κοινού ευρωπαϊκού νομίσματος (ευρώ) το οποίο γεννιέται στις 2 Ιανουαρίου 1999. Στα πλαίσια της Ευρωζώνης ο συντονισμός της μακροοικονομικής πολιτικής είναι το Σύμφωνο Σταθερότητας και Ανάπτυξης.

Διεθνές Νομισματικό Ταμείο²⁵

Το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο ιδρύθηκε το 1945 στις ΗΠΑ και σήμερα εκπροσωπεί 188 χώρες. Ο σκοπός του ΔΝΤ είναι η προώθηση της διεθνούς νομισματικής συνεργασίας, η εξασφάλιση της χρηματοπιστωτικής σταθερότητας, η διευκόλυνση του διεθνούς εμπορίου, η προώθηση της απασχόλησης και η επίτευξη βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης και η μείωση της φτώχειας σε όλο τον κόσμο.

Κάθε μέλος του ΔΝΤ πληρώνει συγκεκριμένη συνδρομή και έχει πρόσβαση στη χρηματοδότηση από το ΔΝΤ. Η βασική αποστολή του ΔΝΤ είναι να παρέχει τεχνική και οικονομική βοήθεια σε χώρες που βρίσκονται σε πολύ δύσκολη οικονομική κατάσταση. Χώρες που έχουν σημαντικά οικονομικά προβλήματα, ειδικά με το ισοζύγιο πληρωμών, μπορούν να ζητήσουν δάνεια και βοήθεια για τη διαχείριση των προβλημάτων τους. Η παροχή δανείων από την πλευρά του ΔΝΤ συνοδεύεται και από συγκεκριμένο πρόγραμμα που πρέπει να ακολουθήσει για να μπορέσει να επιλύσει τα προβλήματά της. Η αποστολή του ΔΝΤ σε αρκετές χώρες συνοδεύεται από έντονες επικρίσεις κυρίως ως προς τις προϋποθέσεις που ζητούνται και ως προς τα προγράμματα διαρθρωτικής προσαρμογής που απαιτούνται να εφαρμοστούν.

Παγκόσμια Τράπεζα²⁶

Η Παγκόσμια Τράπεζα δημιουργήθηκε το 1944 μετά τη διάσκεψη του Bretton Woods. Μέχρι το 1968 η Τράπεζα χορηγούσε δάνεια σε μικρή κλίμακα. Σήμερα είναι ένα διεθνές χρηματοπιστωτικό ίδρυμα το οποίο παρέχει οικονομική και τεχνική βοήθεια σε αναπτυσσόμενες χώρες. Η Παγκόσμια Τράπεζα αποτελεί πλέον ένα όμιλο (Όμιλος Παγκόσμιας Τράπεζας) ο οποίος αποτελείται από πέντε συνδεδεμένους οργανισμούς:

α) τον Διεθνή Οργανισμό Ανάπτυξης (IDA – International Development Association) που παρέχει ενισχύσεις και άτοκα δάνεια σε χώρες με χαμηλό εισόδημα

²⁵ βλ.

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%B5%CE%B8%CE%BD%CE%AD%CF%82_%CE%9D%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C_%CE%A4%CE%B1%CE%BC%CE%B5%CE%AF%CE%BF
<http://www.imf.org>

²⁶ βλ. http://www.aidfunding.mfa.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=59&Itemid=77 και <http://www.worldbank.org/>

β) τη Διεθνή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης (IBRID – International Bank of Reconstruction and Development) που δανείζει με χαμηλά επιτόκια αναπτυσσόμενες χώρες μεσαίου εισοδήματος

γ) το IFC – International Finance Corporation που λειτουργεί με κερδοσκοπικά κριτήρια σε επενδύσεις που κάνει

δ) Το Διεθνές Κέντρο Διακανονισμού Διαφορών (ICSID – International Centre for Settlement of Investment Disputes)

ε) Τον Οργανισμό Πολυμερούς Ασφάλισης Επενδύσεων (MIGA – Multilateral Investment Guarantee Agency)

Η Παγκόσμια Τράπεζα αποτελείται από 188 χώρες με βασικό σκοπό την μείωση και εξαφάνιση της φτώχειας από όλες τις χώρες. Η Παγκόσμια Τράπεζα προσφέρει χρηματική και τεχνική βοήθεια σε αναπτυσσόμενες χώρες. Η παρεχόμενη βοήθεια αφορά επενδύσεις στο χώρο της εκπαίδευσης, της υγείας, της δημόσιας διοίκησης, των υποδομών, του χρηματοπιστωτικού τομέα, του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων.

Γενική Συμφωνία Δασμών και Εμπορίου²⁷

Στα πλαίσια των τάσεων που επικρατούσαν στο διεθνές οικονομικό περιβάλλον μετά τη διάσκεψη του Bretton Woods σχετικά με την απελευθέρωση του Διεθνούς Εμπορίου, υπογράφεται και τίθεται σε ισχύ το 1947 η Γενική Συμφωνία Δασμών και Εμπορίου (GATT). Η συμφωνία αυτή υπογράφηκε από 23 χώρες με κύριο στόχο τη μείωση των δασμών. Η GATT είχε την ευθύνη της επιτήρησης των όρων του διεθνούς εμπορίου και ιδίως την ελευθέρωσή του με τη μείωση των δασμολογικών εμποδίων. Αντικείμενο των διαπραγματεύσεων για την υπογραφή της GATT ήταν και η άρση των άλλων μη δασμολογικών εμποδίων. Στα πλαίσια αυτής της συμφωνίας έγιναν οκτώ διαφορετικοί «γύροι» μεταξύ του 1960 και του 1979. Κάθε γύρος έπαιρνε το όνομα της χώρας στην οποία γινόταν. Ο τελευταίος γύρος των διαπραγματεύσεων είναι ο γύρος της Ουρουγουάης που διήρκεσε από το 1986 έως το 1994 όπου αποφασίστηκε η μετατροπή της GATT στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου (ΠΟΕ).

²⁷ βλ.

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%93%CE%B5%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%A3%CF%85%CE%BC%CF%86%CF%89%CE%BD%CE%AF%CE%B1_%CE%94%CE%B1%CF%83%CE%BC%CF%8E%CE%BD_%CE%BA%CE%B1%CE%B9_%CE%95%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%BF%CF%85 ,
<http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/2662/1/Asteriadis.pdf>,
http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/7/23/04/index.tkl?lang=gr&all=1

Ο στόχος του ΠΟΕ είναι η ρύθμιση θεμάτων που αφορούν όχι μόνο το εμπόριο εμπορευμάτων, αλλά και το εμπόριο υπηρεσιών και των πνευματικών δικαιωμάτων. Οι βασικές του αρχές είναι : α) η ρήτρα του πλέον ευνοούμενου κράτους και β) η αρχή του ανταγωνιστικού εμπορίου²⁸. Σύμφωνα με την πρώτη αρχή, ένα προνόμιο που παραχωρείται σε ένα κράτος, πρέπει να παραχωρείται και στα υπόλοιπα κράτη. Σύμφωνα με την αρχή του ανταγωνιστικού εμπορίου δεν επιτρέπεται η πώληση προϊόντων στο εξωτερικό σε τιμή χαμηλότερη από το εσωτερικό. Με αυτή την αρχή δεν επιτρέπεται η επιδότηση των προϊόντων που εξάγονται.

4.4. ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Έχοντας ολοκληρώσει η μελέτη αυτού του κεφαλαίου πρέπει να είστε σε θέση να γνωρίζετε :

- τι είναι το διεθνές περιβάλλον
- ποιοι είναι οι παράγοντες που καθορίζουν το διεθνές περιβάλλον
- τι είναι η διεθνής αγορά συναλλάγματος
- τι είναι συναλλαγματική ισοτιμία
- τι είναι σταθερές και τι κυμαινόμενες συναλλαγματικές ισοτιμίες
- τι είναι ονομαστική και τι πραγματική συναλλαγματική ισοτιμία
- πως η συναλλαγματική ισοτιμία επηρεάζει τις εισαγωγές – εξαγωγές
- τι είναι δασμός
- πως η επιβολή των δασμών επηρεάζει την ευημερία της κοινωνίας
- ποιες είναι οι διεθνείς συμφωνίες που αφορούν το διεθνές οικονομικό περιβάλλον
- τι είναι το διεθνές νομισματικό σύστημα
- τι είναι η συνθήκη του Bretton Woods
- τι είναι η ευρωζώνη και το ευρώ
- τι είναι η συμφωνία GATT και
- τι είναι ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου

²⁸ βλ. Γεωργακόπουλος et al (2007, σ.528)

4.5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Abel, A., Bernanke, B. (2002) *Μακροοικονομική*, τόμος Β, εκδ. Κριτική
- Αλογοσκούφης, Γ., Λαζαρέτου, Σ. (2002). *Η δραχμή : από το φοίνικα στο ευρώ*, εκδ. Λιβάνη, Αθήνα.
- Γεωργακόπουλος, Θ., Λιανός, Θ., Μπένος, Θ., Τεσκούρας, Γ., Χατζηπροκοπίου, Μ., Χρήστου, Γ. (2007) *Εισαγωγή στην Πολιτική Οικονομία*, εκδ. Γ. Μπένου, Αθήνα.
- Θανόπουλος, Γ. (2012). *Διεθνής Επιχείρηση. Περιβάλλον, δομή και προκλήσεις*, εκδ. INTERBOOKS
- Καλογεροπούλου, Μ., Μουρδουκούτας, Π (2009). *Υπηρεσίες Υγείας. Οργάνωση και Διοίκηση, Αποδοτικότητα, Ποιότητα*, εκδ. Κλειδάριθμος.
- Kindleberger, P.K. (1969) *Διεθνείς Οικονομικές Σχέσεις*, τόμος Α και Β, εκδ. Παπαζήση, Αθήνα.
- Πουρναράκης, Ε. (1981). *Διεθνείς Οικονομικές Σχέσεις. Θεωρία και Πολιτική*, εκδ. Παπαζήση, Αθήνα.
- Eichengreen, B. (2008). *Globalizing Capital : A History of the International Monetary System*, Princeton, Princeton University Press.
- Lindert, P.H., Pugel, T.A. (1996). *International Economics*, IRWIN
- Jones, R.G. (2013) *Organizational theory, design, and change*, Prentice Hall.
- Samuelson, A.P., Nordhaus, D.W.(1998). *Macroeconomics*, Irwin McGraw-Hill

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

- <http://study.com/academy/lesson/what-is-the-economic-environment-in-business-definition-importance-factors.html>
- http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=62&ved=0CCIQFjABODxqFQoTCLHHuve10MYCFQmKLAodAScA6w&url=http%3A%2F%2Fwww.icsd.aegean.gr%2Fwebsite_files%2Fmetaptyxiako%2F402697473.ppt&ei=U6efVfHREYmUsgGBzoDYDg&usq=AFQjCNHw4HYOilpH4aiftsqIKRPRLijlyQ&sig2=CsjfblwLTP0HZYtENX1B9A
- <https://alogoskoufis.files.wordpress.com/2012/02/intmac-ch-2.pdf>
- <https://internecon.files.wordpress.com/2013/05/slides-intecon-lect-20.pdf>

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%B5%CE%B8%CE%BD%CE%AD%CF%82_%CE%9D%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C_%CE%A4%CE%B1%CE%BC%CE%B5%CE%AF%CE%BF

<http://www.imf.org>

http://www.aidfunding.mfa.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=59&Itemid=77

<http://www.worldbank.org/>

<http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/2662/1/Asteriadis.pdf>

http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/7/23/04/index.tkl?lang=gr&all=1